



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE ARTES

TERESA NOLL TRINDADE

O DOCUMENTÁRIO CONTEMPORÂNEO NO BRASIL E NA FRANÇA:
POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO DO MERCADO

CAMPINAS
2018

TERESA NOLL TRINDADE

O DOCUMENTÁRIO CONTEMPORÂNEO NO BRASIL E NA FRANÇA:
POLÍTICAS E ESTRATÉGIAS DE EXPANSÃO DO MERCADO

Tese apresentada ao Instituto de Artes da
Universidade Estadual de Campinas
como parte dos requisitos exigidos para
a obtenção do título de Doutora em
Multimeios.

ORIENTADOR: Prof. Dr. Marcius César Soares Freire

ESTE EXEMPLAR CORRESPONDE À VERSÃO
FINAL DA TESE DEFENDIDA PELA ALUNA
TERESA NOLL TRINDADE, E ORIENTADA PELO
PROF. DR. MARCIUS CÉSAR SOARES FREIRE.

CAMPINAS

2018

Agência(s) de fomento e nº(s) de processo(s): CAPES

ORCID: 0000-0002-3838-3508

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca do Instituto de Artes
Sílvia Regina Shiroma - CRB 8/8180

T736d Trindade, Teresa Noll, 1985-
O documentário contemporâneo no Brasil e na França : políticas e estratégias de expansão do mercado / Teresa Noll Trindade. – Campinas, SP : [s.n.], 2018.

Orientador: Marcius Cesar Soares Freire.

Tese (doutorado) – Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Artes.

1. Documentário (Cinema). 2. Cinema - Produção e direção. 3. Cinema - Distribuição. 4. Política cultural. I. Freire, Marcius Cesar Soares, 1949-. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Artes. III. Título.

Informações para Biblioteca Digital

Título em outro idioma: The contemporary documentary in Brazil and France : policies and strategies for market expansion

Palavras-chave em inglês:

Documentary films

Motion pictures - Production and direction

Motion pictures - Distribution

Cultural policy

Área de concentração: Multimeios

Titulação: Doutora em Multimeios

Banca examinadora:

Marcius Cesar Soares Freire [Orientador]

André Piero Gatti

Henri Pierre Arraes de Alencar Gervaiseau

Fernão Vitor Pessoa de Almeida Ramos

Sheila Schvarzman

Data de defesa: 30-08-2018

Programa de Pós-Graduação: Multimeios

BANCA EXAMINADORA DA DEFESA DE DOUTORADO

TERESA NOLL TRINDADE

ORIENTADOR: PROF. DR. MARCIUS CÉSAR SOARES FREIRE

MEMBROS:

1. PROF. DR. MARCIUS CÉSAR SOARES FREIRE
2. PROF. DR. FERNÃO VITOR PESSÔA DE ALMEIDA RAMOS
3. PROF. DR. HENRI PIERRE ARRAES DE ALENCAR GERVAISEAU
4. PROF.^a DR.^a SHEILA SCHVARZMAN
5. PROF. DR. ANDRÉ PIERO GATTI

Programa de Pós-Graduação em Multimeios do Instituto de Artes da Universidade Estadual de Campinas

A Ata de Defesa com as respectivas assinaturas dos membros encontra-se no SIGA/Sistema de Fluxo de Dissertação/Tese e na Secretaria do Programa da Unidade.

DATA DA DEFESA: 30.08.2018

AGRADECIMENTOS

Esta tese, apesar da responsabilidade intelectual da autora, é fruto de um trabalho coletivo. Na realidade dialoguei com as fontes, os dados, as obras já produzidas, que são o suporte de meu trabalho, e para tanto recebi o apoio de um conjunto de pessoas e instituições.

Mencionarei, de imediato, a Fundação CAPES que me concedeu uma bolsa que me permitiu cursar o doutorado na Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Por meio dela também recebi a bolsa de Doutorado Sanduíche, o que me permitiu ampliar e aprofundar a pesquisa deste trabalho na França, na Universidade Sorbonne Nouvelle - Paris 3.

Agradeço ao meu orientador Prof. Dr. Marcius Freire, que me orienta desde minha chegada no mestrado. Sou grata pelas críticas, pelo encorajamento e pelo apoio na realização deste trabalho.

Também quero agradecer aos professores membros da banca, Prof. Dr. Fernão Pessoa Ramos, Prof. Dr. Henri Pierre Arraes de Alencar Gervaiseau, Prof. Dr. André Piero Gatti e Prof.^a Dr.^a Sheila Schvarzman pelas contribuições a este trabalho.

Sou grata ao Prof. Dr. Kristian Feigelson, da Universidade Sorbonne Nouvelle - Paris 3 (IRCAV), que me recebeu em Paris, foi o responsável por acompanhar minha pesquisa e contribuiu para a ampliação do trabalho com relação ao campo audiovisual na França.

Agradeço a todos professores do Programa de Pós-Graduação em Multimeios pela contribuição para o meu crescimento intelectual ao longo do mestrado e do doutorado. Também agradeço aos colegas com quem convivi no grupo de orientação do professor Marcius Freire. Estendo meus agradecimentos a todos os funcionários, principalmente os da Secretaria da Pós-Graduação do IA.

Gostaria ainda de agradecer e mencionar os profissionais que entrevistei durante o doutorado e que foram centrais para a realização da pesquisa. Na França: Anna Feillou; Charlotte Grosse; Fabrice Puchault; Gerard Vaugeois; Hélène Coppel; Hervé Rony; Isabelle Gerard Pigeaud; Valérie Fouquet; Jacques Pelissier; Marianne Palesse; Richard Brouillette; Yves Jeanneau; Geneviève Rousseau; Laura Boniface; Pierre Mathéus; e Martin Goutte. No Brasil: Rodrigo Siqueira; Renato Nery; Livia Almendary; Malu Viana Batista; Augusto Medeiros; Cainan Baladez; Renée Castelo Branco; Ana Paula Mansur e Henry Galsky.

Agradeço aos amigos e colegas que conheci e que me acompanharam nesta jornada. Um agradecimentos especial para Jennifer Serra, Carla Paiva, Mariana Duccini, Janaína Welle, Juliano Araujo, Letizia Nicole, Viviana Echávez, Gustavo Coura, Fernanda Andrade Fava, Thaís Heinisch, Sabrina Thompson, Saray Rojo, Rodrigo Barreto, Belisa Figueiró, Natália Barrenha, Glauber Brito, Heloisa Pisani, Régis Orlando Rasia, Pedro Tinen, Rodrigo Gontijo, Felipe Bomfim, Renan Paiva Chaves, Gabriel Tonelo e Livia Perez, assim como outras pessoas queridas que conheci no período em que estive na Unicamp.

Agradeço profundamente a minha família, em especial para Izabel Noll, pelo fiel carinho e valiosas contribuições na pesquisa, e a Hélió Trindade, pelo eterno apoio nas minhas escolhas.

Ao Ricardo, meu companheiro de todas as horas, pelo carinho e apoio irrestritos dedicados ao longo da construção deste trabalho.

Quero finalmente agradecer a todos professores, amigos, colegas, instituições, que colaboraram nessa caminhada de descobrimento e crescimento que é o doutorado. Espero que esta tese, como todo trabalho intelectual, longe de ser um fim, seja o início de novas abordagens, novas questões, novas aventuras.

RESUMO

O presente trabalho analisa o mercado do documentário contemporâneo, no Brasil e na França, buscando entender o funcionamento desses mercados e verificando como eles se comportam no sentido de buscar ampliar a circulação desses filmes. Para tanto analisamos como se estabeleceram as políticas para o setor audiovisual e seu funcionamento nos contextos brasileiro e francês; na sequência, examinamos informações e dados atualizados sobre a dinâmica de produção, distribuição e exibição do gênero nos dois países; e por fim descrevemos modelos e experiências realizadas no Brasil e na França que colaboraram com a circulação dos filmes documentários.

PALAVRAS-CHAVE: Documentário; cinema; produção; distribuição; exibição.

ABSTRACT

The present work studies the market of Brazilian contemporary documentary, in Brazil and France, aiming to understand how these markets work and examining how they behave in order to try and enhance their distribution. To do so, we analyze how the policies and the operation of the audiovisual sector were established in Brazilian and French contexts; then, we examine current data and information about the dynamics of documentary production, distribution and exhibition; finally, we describe models and experiences implemented in Brazil and France that have contributed with documentaries distribution.

KEY WORDS: Documentary; cinema; production, distribution; exhibition

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO I – Cinema, mercado e Estado no Brasil.....	26
1.1 Cinema e Estado no Brasil: uma breve retrospectiva histórica.....	26
1.1.1. Início do século XX: uma produção artesanal.....	26
1.1.2. A era Vargas e a atenção estatal.....	29
1.1.3. A ditadura civil-militar e a ascensão da TV.....	37
1.1.4. A Embrafilme e a ‘época de ouro’ do cinema nacional.....	40
1.1.5. O fim da presença do Estado?.....	44
1.1.6. O poder decisório do mercado, os fomentos indiretos e renúncia fiscal.....	46
1.1.7. A criação da Ancine.....	52
1.1.7.1. Fundo Setorial do Audiovisual.....	55
1.1.7.2. A Ancinav: uma tentativa de regulamentação.....	56
1.2. O documentário na televisão.....	60
1.2.1. O documentário e a televisão: o caso do DOCTV.....	60
1.2.2. O financiamento do documentário.....	64
1.2.3. Lei da TV Paga e algumas considerações.....	68
CAPÍTULO II – O documentário brasileiro, uma análise dos dados estatísticos do mercado. 72	
2.1. O atual estágio do mercado de salas de cinema no Brasil.....	72
2.1.1. O fechamento das salas de cinema e a retomada do crescimento.....	72
2.1.2. Número de salas de cinema por estado, uma concentração desigual.....	75
2.1.3. O multiplex e o fechamento das salas de rua.....	81
2.1.4. As salas de arte, uma alternativa ao cinema independente.....	83
2.2 O documentário nacional na sala de cinema: uma radiografia do setor.....	85
2.2.1. O documentário começa a ganhar destaque na sala de cinema.....	85
2.2.1.1. Número de documentários lançados por ano (1995-2016).....	85
2.2.1.2. A relação entre o lançamento de documentários nacionais e internacionais (2009-2016).....	89
2.2.2. Como esses filmes são realizados e como movimentam o setor cinematográfico 91	
2.2.2.1. O orçamento dos documentários (1995-2016).....	91
2.2.2.2. As temáticas e os diretores envolvidos nos documentários exibidos em sala de cinema (1995-2016).....	93
2.2.2.3. Produtoras que realizaram documentários exibidos em sala (1995-2013)....	99
2.2.2.4. Distribuidoras que distribuíram documentários exibidos em sala (1995-2016)	103
2.2.3. O resultado desta produção nas salas de cinema.....	105

2.2.3.1 O público dos documentários lançados e sua faixa de público (1995-2016)	106
2.2.3.2. O número de salas no lançamento (1995-2016)	109
2.2.3.3. As 20 maiores bilheterias do documentário (1995-2016)	114
2.2.3.4. O público dos documentários nacionais x estrangeiros (2009-2016)	116
2.3. O documentário na televisão – pouca presença, poucos números	119
CAPÍTULO III – A relação entre o Estado e as políticas para o cinema e o audiovisual na França	123
3.1 Um breve histórico	123
3.1.1 Da III República à Segunda Guerra Mundial	123
3.1.2 O pós-guerra e a criação do CNC	131
3.1.3 Malraux e a consolidação da política cultural	133
3.1.4 Jack Lang e a ascensão da televisão	137
3.1.5 A exceção cultural e a resistência no século XXI	141
3.2 – O funcionamento do CNC e seus auxílios ao cinema e ao audiovisual	145
3.2.1 A estrutura do CNC	145
3.2.1.1 O funcionamento do CNC	149
3.2.1.2 Apoios e auxílios do CNC	153
3.2.1.2.1 Apoios automáticos	153
3.2.1.2.2 Apoios seletivos	159
3.3 O CSA e as cotas de difusão de programação e investimento na produção de obras cinematográfica e audiovisuais	166
3.3.1 Obrigações de contribuições à produção audiovisual e cinematográfica	167
3.3.1.1 Contribuições de canais de TV à produção cinematográfica	167
3.3.1.2 Contribuições de canais de TV à produção audiovisual	168
3.3.1.3 Contribuições de serviços de VoD à produção cinematográfica e audiovisual	169
3.3.2 As cotas de exibição	170
3.3.2.1 Cotas de exibição para obras cinematográficas	170
3.3.2.2 Cotas de exibição para obras audiovisuais	172
3.4 A reforma da Cosip: a construção de uma legislação em defesa do documentário de criação	173
CAPÍTULO IV – O mercado do documentário na França	179
4.1 O mercado de salas de cinema na França: <i>Art et Essai</i> x <i>Multiplex</i>	179
4.2 O documentário francês exibido nas salas de cinema	186
4.2.1 A produção de documentários	186
4.2.2 A distribuição dos documentários na França	195
4.2.3 A exibição do documentário	207

4.3 O mercado do documentário francês na televisão.....	220
4.3.1 O documentário francês exibido na televisão.....	220
4.3.2 Documentários produzidos pela televisão.....	222
CAPÍTULO V – O documentário brasileiro e francês: relações e modelos.....	228
5.1 Relações e semelhanças entre o mercado do documentário exibido em sala de cinema no Brasil e na França.....	228
5.1.1 A presença do documentário na sala de cinema.....	229
5.1.2 O documentário internacional e a predominância de suas temáticas.....	234
5.1.3 O papel das distribuidoras nos grandes lançamentos.....	237
5.2 A circulação do documentário na França.....	241
5.2.1 <i>Sunny side of the doc</i> – O documentário de mercado e a indústria da televisão. .	241
5.2.2 Lussas – Uma estrutura para o documentário autoral.....	244
5.2.3 O mês do filme documentário.....	258
5.3 A circulação do documentário no Brasil.....	264
5.3.1 Uma circulação alternativa aos documentários: o universo dos festivais.....	264
5.3.2 <i>Terra deu, terra come</i> e a sua estratégia de distribuição alternativa.....	273
5.3.3 Alternativas de circulação e exibição: o caso da Taturana.....	278
CONCLUSÃO.....	291
REFERÊNCIAS.....	300
Bibliografia.....	300
ANEXOS.....	307
Anexo I – Evolução das salas de cinema no Brasil (1971 - 2016).....	307
Anexo II – Salas de cinema por estado no Brasil (2016).....	308
Anexo III – Salas de cinema por capitais e demais cidades no Brasil (2016).....	309
Anexo IV – Salas de arte por estado no Brasil (2016).....	311
Anexo V – Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo – 1995 a 2016.....	312
Anexo VI – Cronologia das mídias.....	321

INTRODUÇÃO

A partir dos anos 2000 a produção de documentários no Brasil passou a ganhar um protagonismo. Eles, que sempre estiveram presentes em nossa cinematografia, conquistaram um novo espaço: a sala de cinema. Não que isso não acontecesse durante o século XX, mas o número, a partir da virada do milênio, aumentou rapidamente, o que se evidencia através de uma curva crescente de lançamentos.

Esse cenário é resultado de um conjunto de fatores, entre os quais podemos mencionar um aumento no número de filmes documentários sendo produzidos no país. Isso decorre de um barateamento – por conta das tecnologias digitais – dos custos de produção, distribuição e exibição, mas também é consequência de editais e leis de incentivo, num processo de revalorização desse gênero em função de suas temáticas, abordagens e propostas estéticas. Isso resultou igualmente em mais premiações em festivais nacionais e internacionais, o que contribuiu com a ampliação do espaço de reflexão sobre o documentário na crítica especializada, assim como na academia, com um crescimento de trabalhos tendo-o como objeto.

O documentário brasileiro que alcança as salas, em geral se destina às chamadas salas de arte, circuitos restritos a poucas capitais do país, caracterizados por apresentar uma programação mais diversificada de filmes. São espaços concorridos, uma vez que são o destino de boa parte da produção independente de filmes nacionais e estrangeiros (além de único lugar para filmes com caráter experimental, geralmente preteridos pelas salas comerciais).

Se analisarmos o mercado francês do documentário, poderemos constatar algumas semelhanças. A primeira delas é igualmente o aumento no número de documentários exibidos em sala de cinema nos últimos anos. No entanto, essa presença tampouco se dá em todo e qualquer estabelecimento cinematográfico; se verificarmos quais salas estão exibindo essas obras, constataremos que são as chamadas salas *Art et Essai* – uma classificação dada a salas de exibição que mantiverem uma programação de filmes classificados pelo CNC como *Art et Essai*, que, basicamente, apresentam um caráter artístico mais pronunciado, seja pela inovação na narrativa, na abordagem ou pela relevância do tema. Essas salas são igualmente disputadas,

assim como as de arte no Brasil, pois são o local a que se destina uma boa parcela das produções independentes francesas e internacionais.

Portanto, mesmo que o filme documentário tenha alcançado a sala de cinema, sua permanência nesta janela tem sido cada vez mais disputada. A sala de cinema se apresenta como uma “vitrine” na qual todos gostariam de poder passar, pois confere um valor econômico ao filme. Mesmo que este não tenha sido um sucesso, ou tenha permanecido poucos dias, entrar em cartaz lhe atribui um “selo de qualidade”, ampliando as chances de se falar sobre ele, de vendê-lo para as demais janelas.

No entanto, há dentro desse conjunto de filmes lançados alguns que poderiam funcionar melhor sendo lançados diretamente na televisão. Por que então não o fazem? Talvez porque uma parcela dos documentaristas queiram lançar seus filmes na sala de cinema, pois associam a televisão a um espaço de pouca reflexão, destinado a programas de entretenimento e séries “comerciais”, e não uma janela de lançamento de filmes. Por outro lado, boa parte dos canais de televisão no Brasil, diante da falta de diálogo com o setor e de uma pré-concepção de documentário como um produto que não terá audiência, também não buscam exibí-los. Trata-se de preconceitos enraizados em práticas de mercado, que por muito tempo não tiveram regulamentação por parte do Estado brasileiro.

A problemática da exibição do documentário na televisão diz respeito a um problema mais estrutural do nosso mercado audiovisual: a televisão no Brasil não é parceira da produção independente, tanto na sua produção propriamente dita, quanto na sua exibição. Através da lei 12.485 (Lei da TV Paga)¹ este cenário mudou no âmbito da TV paga, que passou a exibir e coproduzir documentários – coprodução que se dá ainda através de recursos estatais. Uma boa parte das produções documentais são programas e séries destinados ao preenchimento das grades televisivas de acordo com cada canal. Os resultados desta legislação ainda são recentes, mas se apresentam como um importante caminho para que o documentário possa estar mais presente na televisão no país. Por sua vez, a televisão aberta permanece um local praticamente isento de regulamentação, seguindo um modelo centralizador, no qual praticamente toda a programação é feita dentro das próprias estruturas, não havendo diálogo com os produtores independentes do mercado. Há algumas exceções, que na maior parte dos casos são televisões públicas, como a TV Brasil e a TV Cultura, cujos

¹ Lei Nº 12.485 de 12 de setembro de 2011. Íntegra da lei no site: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm>. Acesso em: jul/2018. Mais detalhes da Lei Nº 12.485 estão disponíveis no site da Ancine: <<http://www.ancine.gov.br/>>.

perfis apresentam um caráter educativo e cultural muito forte, e tornam-se mais acessíveis ao documentário.

Esse modelo centralizador se assemelha bastante ao que existia na França até os anos 1980, no aspecto relativo à produção de toda a grade de programação dentro da estrutura interna de cada canal. Todavia, com o fim do monopólio estatal sobre os canais e a possibilidade da entrada de canais privados, o setor televisivo estabeleceu uma nova relação com a produção independente nacional através da compra de conteúdo e de trabalhos de coprodução, paralelamente a um processo de regulamentação do setor. Apesar disso, o mercado de televisão na França não é imune a críticas e reformas – pelo contrário, elas são numerosas e recorrentes, a exemplo da complexa reforma da Cosip (*Compte de Soutien aux Industries de Programmes*),² uma revisão no sistema de apoio ao documentário audiovisual motivada pela constatação de que as obras que estavam sendo apoiadas eram formatadas³, algo que colocava em risco a diversidade do documentário. Foi um processo de muita discussão, envolvendo vários agentes do mercado, que resultou em mudanças na legislação e nas organizações profissionais – culminando, por exemplo, com a criação da *Boucle Documentaire*, um conjunto de associações regionais e nacionais para a defesa da criação e difusão dos documentários “não formatados”.

Durante a realização da pesquisa nos pareceu evidente a presença de três atores no processo de produção, distribuição e exibição de um documentário: o Estado, o mercado e os agentes do setor audiovisual. Tanto na França como no Brasil, desde o início das atividades desse campo ficaram claras as relações entre esses três atores. Se o cinema nasceu e, nos primeiros anos, foi obra de empreendedores e visionários, muito precocemente entrou na disputa por mercados, e quase ao mesmo tempo demandou ao Estado proteção e regulamentação. Este movimento não foi um processo de mão única; o Estado também captou as possibilidades apresentadas pelo cinema para uso político.

2 Conta de Apoio às Indústrias de Programas.

3 Muitas produções documentais realizadas pelos canais seguem uma rígida identidade estética, com limitações de tempo, obrigatoriedade de entrevistas, enquadramentos padronizados, temáticas pré-definidas, presença de âncoras ou apresentadores, entre outros. Parte do setor audiovisual francês considera que a existência de características similares em documentários retira a espontaneidade ou liberdade realizador, e portanto diminui o “teor artístico” ou “visão autoral” da obra. Por esta breve definição, pode-se ver que o assunto é controverso; até hoje ele motiva debates em torno do que é um “documentário de criação”, “formatado” e outras categorias afins. Estas questões serão abordadas mais adiante neste trabalho, no subitem “3.4 A reforma da Cosip: a construção de uma legislação em defesa do documentário de criação”.

Portanto a análise aqui proposta parte da produção contemporânea de documentários realizados no Brasil e na França, produzidos essencialmente através de recursos estatais.

Este trabalho buscou então responder às seguintes questões:

1. Existe no Brasil e na França uma política voltada para a expansão do mercado do documentário?

E como decorrência desta:

2. Contextos históricos diferenciados geram políticas diferenciadas. Como esses dois países desenvolveram políticas para o setor ao longo dos séculos XX e XXI?
3. A regulamentação por parte do Estado nesses dois países é algo determinante para a viabilidade de um mercado para essas produções?
4. Qual é a estratégia que os agentes do setor têm encontrado para viabilizar a circulação de suas obras e expandir o mercado do documentário?

Nossa hipótese é de que existe, tanto no Brasil quanto na França, um mercado para os documentários, guardadas as particularidades de cada país. No entanto, nos últimos anos, o número de documentários produzidos e lançados vem se ampliando, crescimento possibilitado por políticas de incentivo ao setor, assim como pelo barateamento dos custos de produção, distribuição e exibição. Concomitantemente, ampliou-se o número de produções de ficção nacionais e internacionais e intensificou-se a concorrência por espaços de exibição. Nesse processo, os filmes documentários têm encontrado dificuldade em achar caminhos para a sua exibição, sobretudo em um mercado cada vez mais competitivo e ávido por respostas de público e audiência.

A presente pesquisa busca contribuir com o estudo do mercado do documentário a partir de três eixos: a) a demonstração de como se estabeleceram as políticas para o setor audiovisual e sua regulação no Brasil e na França; b) o aporte de informações e dados atualizados sobre a dinâmica de produção, distribuição e exibição do gênero no Brasil e na França; e c) a descrição de modelos e experiências realizadas no Brasil e na França que colaboram com a circulação dos filmes documentários. Para desenvolver essa discussão dialogaremos principalmente com as reflexões de Laurent Creton⁴ neste campo. Para este

4 CRETON, Laurent. *L'économie du cinéma en 50 fiches*. Paris: Armand Colin, 2012; _____. *Économie du cinéma: perspective stratégiques*. Paris: Armand Colin, 2009; _____. *Cinéma et Marché*. Paris: Armand Colin, 1997.

autor, a economia do cinema consiste em aplicar um quadro disciplinar (que é a economia) a um objeto de estudo particular (o cinema), formulando com uma simplicidade aparente a aplicação dos conceitos de uma às particularidades do outro. Para tanto, enfatiza o estudo do (1) mercado do cinema, (2) do público e das salas, (3) da distribuição e da promoção, (4) da produção e do financiamento, (5) dos setores e das estratégias e (6) as políticas e a regulação (CRETON, 2012).

Segundo Creton, o mercado é um lugar onde se encontram oferta e demanda e, graças às suas virtudes autorreguladoras, o melhor equilíbrio macroeconômico possível é buscado. Entretanto, outras correntes de pensamento na teoria econômica, desde Keynes,⁵ já mostraram também que esta não é uma verdade absoluta e que o papel do Estado tem sido fundamental nas correções de curso do mercado, atuando como defensor de interesses sociais específicos ou não (CRETON, 2012, p. 9). Portanto, para o autor, o mercado não é um local pacífico e equilibrado; ao contrário, é caracterizado por relações que podem ser violentas e marcadas pelo enfrentamento de setores conflitantes em seus interesses. Isto vale claramente para o cinema. O mercado reflete as relações de força, a concorrência entre os filmes, a incerteza que caracteriza o encontro com o público, as divergências e as confrontações entre grupos do setor e as relações com a televisão. Neste sentido, tanto as corporações que reúnem os agentes profissionais do campo audiovisual quanto o próprio poder público, através de políticas específicas, tomam medidas no sentido de reequilibrar o sistema.

Numa lógica mais comum à economia, diz-se que a oferta é decorrente da demanda; contudo, é importante trazer uma nuance quando se trata do cinema:

no campo cultural, a oferta molda a demanda, a longo termo pela aculturação, e a curto termo pelo jogo da oferta efetivamente disponível e pelos meios de promoção. Todo um sistema de mediação tem um papel determinante para criar um valor simbólico e o gosto de ir, ou não, ao encontro de uma obra ou de um espetáculo. (CRETON, 2012, p. 14).

Para tentar responder às perguntas que nortearam esta pesquisa, propomos começar com uma análise descritiva, numa perspectiva histórica da dinâmica do setor audiovisual brasileiro e francês do mesmo período. A presença da França objetiva apresentar uma indústria audiovisual que traz uma preocupação específica com a diversidade cultural e

⁵ John Maynard Keynes (1883-1946), economista inglês. Revolucionou o pensamento econômico opondo-se às teorias do livre mercado.

apresenta um consolidado histórico de políticas culturais para o setor e dos processos de regulamentação do mercado, com uma atenção às especificidades do documentário.

Na proposta de uma análise dessas duas realidades, em nenhum momento ignoramos que se trata de dois países que apresentam realidades políticas, econômicas e culturais diferentes. A construção de uma política cultural e a sua implementação também ocorreram em momentos diferentes. Não visamos elencar elementos de comparação para mostrar aquilo de que um país dispõe e o outro não, ou atribuir qualidades a um e fazer críticas a outro. Portanto, qual o propósito de estudar a França?

Segundo Alexandre, o sistema estabelecido é “um modelo que faz da França a quinta potência mundial em termos de produção, terceira em fatia do mercado e segunda cinematografia com maior retorno. Aos olhos do mundo, o país dos irmãos Lumière continua a encarnar a oposição à hegemonia hollywoodiana e ao programa de liberalização da Comissão Europeia.” (2015, p. 13). Para este autor:

A especificidade do modelo francês reside, com efeito, no reconhecimento legal do autor. Ao contrário do sistema hollywoodiano, no qual o *final cut* cabe aos produtores, o realizador detém o direito moral e patrimonial sobre seu filme. Este princípio estrutura o sistema e sua organização até um ponto contraditório: a consagração estatutária do autor oculta e desvaloriza as condições necessárias à sua afirmação. (ALEXANDRE, 2015, p. 18).

Pensar as políticas culturais, mesmo em se tratando de um setor específico – o cinema – nos remete à pergunta: em qual ambiente essas políticas são gestadas e executadas? Quando abordamos França e Brasil a resposta, mesmo leiga, se encaminha para a figura do Estado (em suas várias dimensões) e para os setores profissionais da atividade, nem todos inseridos numa lógica de mercado.

Outro conceito que requer atenção é o de políticas públicas. A França e o Brasil possuem um padrão de Estado semelhante: centralizado, intervencionista, regulador. As diferenças entre os dois países decorrem das circunstâncias históricas. A França, um país europeu de economia capitalista desenvolvida, palco de revoluções (sendo que a de 1789 é parâmetro de ruptura política, social, econômica e cultural), pátria do republicanismo radical, modelo da civilização ocidental nos costumes, na cultura, padrão dominante e imitado durante o século XIX e primeiras décadas do século XX (OFFERLÉ, 2004). O Brasil, saído do sistema colonial português que deixou no território o herdeiro monárquico, economia escravista de exportação e vocação para o subdesenvolvimento, dadas as diferenças regionais

e o grande fosso social, tem, desde os anos 1930, capitaneado pelo Estado, buscado superar as dificuldades internas com políticas econômicas, sociais e culturais (CARVALHO, 2017).

Não há, neste trabalho, a intenção comparativa. Ela seria, obviamente, impossível e injusta. Os valores envolvidos, o mercado, os números disponíveis relativos ao setor cinematográfico, a importância e o impacto da produção mostram a disparidade entre as duas realidades. Entretanto, tomada essa precaução, nada impede que se analisem os dois casos de forma descritiva para responder à questão que norteia este trabalho: existe no Brasil e na França uma política voltada para a expansão do mercado do documentário?

Ao reconstituirmos a trajetória seguida pelos dois países ao longo do tempo, podemos observar a relevância, seja da ação estatal ou do próprio mercado, no sentido de maximizar ganhos, seja dos grupos profissionais na defesa de seus interesses.

Neste trabalho procuramos apresentar o papel do Estado como um agente atuante no mercado, fomentando e regulando este setor, das mais variadas maneiras. O conceito clássico de Estado moderno na contribuição de Weber (1999) é o de um Estado racional que detém o monopólio do uso legítimo da força física dentro do território que controla. O Estado é dotado de legitimidade e dominação legal (condições que possibilitam sua manutenção). O próprio desenvolvimento da sociedade capitalista em sua complexidade passou a exigir uma administração racional e burocrática. O conceito insere-se na perspectiva de que o Estado seria uma “relação de dominação de homens sobre homens”, apoiada no uso legítimo da coerção (WEBER, 1999, p. 526).

A grande parte dos autores que têm se dedicado à análise do Estado francês são unânimes em afirmar sua quase onipotência.

Os revolucionários e seus sucessores imperiais (Napoleão I e Napoleão III) aperfeiçoaram e ampliaram a extensão do poder antes monárquico: uma forte centralização administrativa, privilégios concedidos aos agentes do Estado (a existência de um Direito Administrativo), numeroso corpo de funcionários nomeados por concurso (ocupando numerosos cargos econômicos e políticos), um raio de ação que supera as “funções formais” (a noção de polícia administrativa, Estado “educador” da Nação, na perspectiva de Rosanvallon, Estado mecenas cultural, Estado assistencial e providencial), um protocolo estatal separando fortemente governantes e governados, ideologias estruturadas e estruturantes enfatizando a majestade e a força do Estado (jacobinismo, bonapartismo, teorias de interesse geral e do serviço público, gaullisme e, por que não, o comunismo). (OFFERLÉ, 2004, pp. 7-8).

Esse Estado tentacular, entretanto, pode ser visto de forma mais concreta no pós-guerra (1945) com os avanços no campo social, e, numa onda nacionalista nos anos 80, com

François Mitterrand. Este segundo momento não deixou de ser marcado por movimentos ambíguos, de avanço estatal juntamente a privatizações. Isto não significa que a sociedade civil na França seja frágil. A tradição revolucionária, sindical, partidária, grevista, mobilizadora, diz muito sobre ela. Esta dimensão talvez explique muitas das políticas públicas que configuraram um Estado de bem-estar e também os avanços no campo cultural como trataremos neste trabalho.⁶

Em 1930, a construção do moderno Estado brasileiro passou pela criação de uma burocracia qualificada e várias instituições, principalmente no campo econômico, mas sem se restringir a ele. O caminho para a modernização do Brasil é longo e cheio de idas e vindas. Períodos autoritários, seguidos de intervalos democráticos, tornaram a trajetória mais complexa. Se, a partir de 1945, a França conseguiu manter uma experiência democrática, com respeito às regras do jogo político, alternância no poder, respeito à diferença e a negociação como prática para a resolução de conflitos, no Brasil, um breve período democrático de 1945 a 1964 foi seguido de uma ditadura que durou 21 anos, cujos custos a sociedade brasileira ainda está pagando. A democracia, retomada em 1985 – é relevante o fato de que em 1985 criou-se o Ministério da Cultura, o qual foi referendado pela Constituição de 1988 – abriu a perspectiva de um Estado social. Essa dimensão será fundamental para pensar as políticas culturais de que iremos tratar. Importante também é assinalar que, entre muitos sobressaltos, várias políticas públicas no campo cultural foram realizadas para o setor. Segundo Souza,

definições de políticas públicas, mesmo as minimalistas, guiam o nosso olhar para o *locus* onde os embates em torno de interesses, preferências e ideias se desenvolvem, isto é, os governos. [...] Pode-se, então, resumir o que seja política pública como o campo do conhecimento que busca, ao mesmo tempo, “colocar o governo em ação” [...] e, quando necessário, propor mudanças no rumo ou curso dessas ações e/ou entender por que e como as ações tomaram certo rumo em lugar de outro. Em outras palavras, o processo de formulação de política pública é aquele através do qual os governos traduzem seus propósitos em programas e ações, que produzirão resultados ou as mudanças desejadas no mundo real. (SOUZA, p. 13, 2003).

Por mais evidente que possa parecer, as políticas públicas são “públicas”, e não privadas ou apenas coletivas. A sua dimensão pública é dada não pelo impacto ou pelo tamanho do grupo social sobre o qual incidem, mas pelo seu caráter imperativo. Com isto queremos dizer que o mais importante no caso é que são decisões emanadas de uma

6 Para mais detalhes, ver: BIRNBAUM, P. *La France imaginée*. Paris: Gallimard, 1995, e DUHAMEL, O. *Le pouvoir politique en France*. Paris: Éditions Du Seuil, 2003.

autoridade pública, governamental. Este é o dado central. As políticas públicas envolvem, portanto, atividade política.

Além da análise das políticas audiovisuais e cinematográficas por meio de uma reconstituição histórica, propusemos o estudo de dados produzidos pelos órgãos dos Estados brasileiro e francês responsáveis pela área do cinema, visto que se trata de dados oficiais e públicos que posteriormente contribuirão para orientar as políticas culturais para o setor nos seus respectivos países.⁷

Propomos ainda, para complementar o entendimento desses dois cenários, o uso de entrevistas com agentes do mercado, pois, como ressalta Creton:

A economia coloca geralmente a prioridade das determinações materiais, no entanto, é igualmente útil analisar os discursos e as representações dos atores. Para compreender a economia do cinema não podemos nos ater ao estudo das estruturas industriais, das estratégias das empresas ou dos dados numéricos. As representações dos atores, que podemos ser tentados a deixar fora do campo de estudo, merecem ser consideradas. (CRETON, 2012, p. 12).

Por esta razão, para a análise do mercado francês contamos igualmente com um conjunto de entrevistas que foram realizadas entre abril e setembro de 2017. Buscamos atores estratégicos do mercado cinematográfico francês que colaboraram para o entendimento deste campo. Os seguintes profissionais concederam entrevistas e tiveram seus depoimentos gravados: Anna Feillou (diretora, membro da associação La Boucle du Documentaire, da Associação dos cineastas documentaristas – Addoc, e da Sociedade de realizadores de filmes – SRF); Charlotte Grosse (representante geral da Associação dos cineastas documentaristas – Addoc); Fabrice Puchault (diretor da Unidade Sociedade e Cultura do Canal Arte França); Gerard Vaugeois (produtor, distribuidor e exibidor, tendo gerido a sala de cinema Les Trois Luxembourg); Hélène Coppel (representante geral da Associação Documentário na telona – DSGE); Hervé Rony (diretor geral da Sociedade Civil dos Autores Multimídia – Scam); Isabelle Gerard Pigeaud (chefe do departamento Desenvolvimento de públicos – Serviço de Difusão Cultural do Centro Nacional do Cinema e da Imagem Animada – CNC); Valérie Fouquet (responsável pela missão documentário – Direção de Audiovisual e criação digital – CNC); Jacques Pelissier (distribuidor da empresa Aloest e membro do Sindicato dos

⁷ Estamos conscientes de que o leque de dados disponíveis é muito maior do que o que usamos para a criação do banco de dados. Tivemos, porém, que fazer uma opção no que se refere a uma relativa homogeneidade dos dados, tanto que no que diz respeito à sua origem (dados oficiais) quanto à continuidade das datas para os dois países.

Distribuidores Independentes – SDI); Marianne Palesse (representante geral da Associação Imagem na Biblioteca, que gere o *Mês do Documentário*); Richard Brouillette (diretor e produtor); Yves Jeanneau (produtor e fundador da Les Films d’Ici, fundador e diretor executivo do Sunny Side of the Doc). Parte das entrevistas foi realizada durante o festival Estados Gerais do Documentário, no departamento de Ardèche, na cidade de Lussas, que concentra um conjunto de eventos que serão tratados no capítulo 5, são elas: Geneviève Rousseau (responsável pela Casa do Documentário – Maison du doc); Laura Boniface (responsável pelo dispositivo Les Toiles du doc – que realiza a distribuição do documentário na região) e finalmente Pierre Mathéus (diretor geral da Plataforma Tënk de SvoD, destinada a documentários). Também contamos com entrevistas por e-mail de Jean-Marie Barbe (documentarista francês e criador do *Estados Gerais do Documentário*) e de Fanny Beuré (responsável por estudos e estatísticas no CNC).

A escolha dos entrevistados se deu pela identificação dos nomes mais atuantes na área de produção, distribuição, exibição, da televisão, profissionais ligados a sindicatos e organizações atuantes na causa do documentário, assim como membros do CNC.

É importante destacar que parte da pesquisa foi realizada *in loco* no ano de 2017 na França, com participação no evento de mercado *Sunny Side of the Doc*, em La Rochelle, e no festival *Estados Gerais do Documentário*, em Lussas.

No caso brasileiro, entrevistamos: Rodrigo Siqueira (diretor e produtor); Renato Nery (diretor Executivo da SPCINE – Empresa de Cinema e Audiovisual de São Paulo); Livia Almendary (fundadora e sócia da Taturana Mobilização Social); Malu Viana Batista (diretora executiva da Tal – Televisão América Latina), Augusto Medeiros (Imovision). Também trabalhamos com duas entrevistas realizadas em 2010 para nossa dissertação de mestrado⁸, com João Moreira Salles (diretor e produtor), Maurício Andrade Ramos (produtor e distribuidor, diretor da Videofilmes à época) e Silvio Tandler (diretor). Também contamos com entrevistas por e-mail, assim como complementação das informações com os seguintes profissionais: Cainan Baladez (Coordenador do Observatório do Cinema e do Audiovisual-OCA/Ancine), Renée Castelo Branco (supervisora executiva de Programas da GloboNews),

8 TRINDADE, Teresa Noll. *O documentário chegou à sala de cinema, e agora? O lugar do documentário no mercado cinematográfico brasileiro na perspectiva de seus agentes: da produção à exibição (2000-2009)*. 2011. Dissertação (Mestrado em Multimeios) – Instituto de Artes, Universidade Estadual de Campinas, Campinas. Posteriormente publicado em livro: *Documentário e mercado no Brasil: da produção à sala de cinema*. São Paulo: Alameda, 2014. 266p.

Ana Paula Mansur (Curadora Canal Curta) e Henry Galsky (Coordenador de projetos do Canal Brasil).

Finalmente, no que tange à metodologia, optamos por realizar estudos de caso na França e no Brasil. Para Yin, “o estudo de caso é uma investigação empírica de um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, sendo que os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (2001, p. 32). Para o autor, esta é a estratégia mais escolhida quando é preciso responder a questões do tipo “como” e “por quê”. O estudo de caso se apresenta como uma maneira, um meio de organizar as informações estudadas, um método de olhar para uma realidade social. O estudo de caso utiliza para a coleta de dados, principalmente, fontes distintas de informação: documentos, registros em arquivos, entrevistas, observação direta, observação participante.

Este estudo, portanto, se coloca na perspectiva de compreender um fenômeno (o cinema – e, dentro dele, o documentário) a partir de sua inserção na realidade estatal e social. Assim, os agentes do setor se relacionam e respondem ao Estado e ao mercado. A ideia é mostrar que mesmo em realidades culturais diferentes existem semelhanças no que diz respeito à dificuldade que o filme documentário tem enfrentado de encontrar o seu lugar em um mercado cada vez mais marcado pela concorrência. É igualmente interessante analisar como uma indústria tal qual a francesa, que traz o mercado do documentário calcado na parceria com a televisão, também vem enfrentando dificuldades neste caminho, o que prova que não há soluções definitivas.

A base dessa relação Brasil e França se dá em três momentos: primeiramente, descrevendo a relação entre cinema e Estado nesses dois países; em seguida, através do estudo de dados sobre este mercado, que estão disponibilizados de forma pública em ambos os países (abarcando basicamente os circuitos de sala de cinema e TV); e, finalmente, trazendo algumas análises pontuais de cada mercado no que diz respeito à circulação desses filmes.

Em relação à estrutura dos capítulos da tese, está será concebida em cinco capítulos, além desta introdução, da conclusão e dos anexos.

No primeiro capítulo abordamos, através de uma perspectiva histórico-política, como se deu no Brasil a construção de seu mercado cinematográfico e as políticas para o setor do cinema, desde o início do século XX. A relação cinema e Estado estabelecida no governo Vargas e as mudanças econômicas, sociais e políticas ocorridas no país dos anos 1930; a criação do Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), que buscou unir cinema e

educação através da produção de filmes didáticos usados com uma função educativa nas escolas; e, depois, em meados dos anos 1960, a criação do Instituto Nacional de Cinema (INC). Nesse processo, tratamos do surgimento da televisão e como ela se consolidou durante o regime militar de 1964. Analisamos a criação da Embrafilme, de sua época de ouro até seu encerramento durante o governo Collor. Examinamos as ações para a cultura do governo Itamar Franco, como a criação da Lei do Audiovisual, e, também, o processo de Retomada do cinema brasileiro que se deu durante o governo Fernando Henrique Cardoso, quando se consolidou um número de produções realizadas anualmente, assim como o processo de incentivos fiscais. Finalmente, comentamos a criação da Ancine, a partir dos anos 2000, e as mudanças que isso trouxe para o setor, como o Fundo Setorial do Audiovisual e a aprovação da Lei da TV Paga.

Enquanto o capítulo 1 traz uma visão mais ampla do setor audiovisual, o capítulo 2 é específico sobre os dados estatísticos do mercado do documentário brasileiro contemporâneo. Primeiramente analisamos a situação do mercado de salas de cinema no país, para, então, partir para uma análise dos dados estatísticos do documentário em sala propriamente ditos. Propomos, neste capítulo, uma análise do número de lançamentos, seus valores de captação, a recorrência nas principais temáticas, o número de diretores, produtores e distribuidoras envolvidos nesses filmes. Contemplamos também os resultados de bilheteria que esses filmes têm obtido, avaliando as faixas médias de público, assim como a estratégia para seus lançamentos através do número de cópias e salas. Um estudo do público dos documentários estrangeiros lançados em nosso mercado também se apresenta rico uma vez que, embora esses documentários sejam lançados em menos salas, o público alcançado por eles é maior. Embora os dados relacionados à televisão paga seja algo bastante recente (após a Lei da TV Paga), trazemos alguns números importantes para pontuar os resultados desta legislação, assim como alguns poucos números sobre a TV aberta, o que denota a baixíssima presença do documentário nessa janela.

No capítulo 3, exploramos o mercado francês audiovisual através de sua política cultural ao longo dos anos e sua relação com o Estado. Sendo a pátria da invenção do cinema, há toda uma trajetória que antecede a criação do CNC em 1946, passando pela criação do Ministério do Estado e dos Assuntos Culturais e, por conseguinte, a gestão André Malraux. Examinamos igualmente os diferentes mecanismos disponíveis de apoio ao cinema que abarcam o documentário. Seguindo na linha das grandes figuras políticas francesas presentes

no ministério, analisamos a gestão de Jack Lang, durante o governo Mitterrand, determinante para uma mudança de paradigmas no modelo da televisão estatal vigente até então. Foi no governo socialista de François Mitterrand que foram criados os canais *Plus* (Canal +) e *Arte*, que trouxeram uma nova perspectiva para os produtores independentes, pois estes passaram a poder produzir para esses canais, algo que antes não era acessível, uma vez que tudo era realizado dentro da estrutura da televisão estatal. Uma análise das iniciativas de salvaguarda promovidas pela França também foi feita com a finalidade de mostrar a luta do país para a manutenção da sua diversidade e valorização cultural frente ao risco representado pela competição com as cinematografias estrangeiras, encabeçada pela norte-americana. Em outro momento do capítulo, propomos um exame sobre o complexo funcionamento do CNC, assim como do sistema de apoio ao cinema e audiovisual francês, que abarca o documentário. Apresentamos, igualmente, o Conselho Superior do Audiovisual, cujo papel é fundamental para a existência de uma indústria que trabalhe em parceria com a televisão e, portanto, legisle sobre ela. Ainda na televisão, abordamos a reforma da Cosip, que diz respeito a documentários feitos para a televisão.

O capítulo 4 é dedicado ao estudo dos dados estatísticos do documentário francês. Assim como foi feito no caso do Brasil, trazemos aqui, numa primeira parte, uma análise do mercado de salas de cinema francês, onde verificamos a importância do papel que desempenham neste mercado as salas *Art et Essai* em relação ao gênero. Em uma segunda parte, analisamos os dados relacionados aos documentários franceses em sala. E, finalmente, uma terceira traz alguns dados do desempenho do documentário na televisão.

Finalmente, o capítulo 5 será dividido em três eixos.

No primeiro, buscamos estabelecer relações entre o mercado do documentário brasileiro e francês através da análise dos dados do mercado de sala de cinema.

No segundo, analisamos três modelos de eventos franceses diferentes que colaboram com a circulação do documentário. O primeiro é o evento de mercado *Sunny Side of The Doc*, representativo do documentário feito para televisão, pensado para esse mercado. O segundo é a estrutura que gira ao redor do festival *Estados Gerais do Documentário*, e o complexo montado em torno da cidade francesa de Lussas – representativo do documentário autoral. E, por fim, o *Mês do filme documentário*, destinado à circulação dos documentários existentes nos acervos das bibliotecas francesas.

Finalmente, no terceiro, abordamos três aspectos da circulação do documentário brasileiro. No primeiro, o cenário dos festivais de cinema no país, através do exame dos dados deste setor, local que tem sido uma janela de exibição para a produção nacional, e por consequência, para o documentário. No segundo eixo tratamos da distribuição do filme *Terra deu, terra come* (2010), de Rodrigo Siqueira, lançado em salas de cinema e cineclubes pelo país ao mesmo tempo. Finalmente, traçamos uma análise do trabalho de distribuição não comercial proposto pela Taturana Mobilização Social, através da ativação de espaços públicos ou privados para a exibição de filmes e da mobilização prévia de alguns atores sociais de relevância para o tema da obra em questão.

Em suma, buscamos, ao acompanhar a trajetória dos dois casos – Brasil e França – estabelecer possíveis relações entre as duas experiências históricas e suas políticas culturais referentes ao mercado cinematográfico. Se a ação dos respectivos governos mostrou-se importante, o jogo de interesses e o ativismo dos atores profissionais da área revelaram profundas diferenças, como pretendemos mostrar.

CAPÍTULO I – Cinema, mercado e Estado no Brasil

1.1 Cinema e Estado no Brasil: uma breve retrospectiva histórica

Este capítulo propõe analisar a relação entre cinema, mercado e Estado⁹ no Brasil e como esses vínculos foram sendo estabelecidos ao longo dos anos. A relação Estado e televisão perpassa este histórico, uma vez que é central para o entendimento do mercado audiovisual brasileiro.

1.1.1. Início do século XX: uma produção artesanal

O Brasil do início do século XX é um país rural, com poucos centros urbanos relevantes, com exceção do Rio de Janeiro. As atividades econômicas estão majoritariamente ligadas à produção e ao comércio de exportação de café. A instauração da república (1889) não trouxe a modernidade presumida como industrialização e urbanização, realidade dos Estados Unidos que havia servido como modelo institucional a ser copiado. A chamada ‘Política dos Governadores’ (ABRUCIO, 1998), popularmente conhecida como ‘café com leite’, administrava o domínio das oligarquias nos estados sob a liderança de São Paulo e Minas Gerais na condução das políticas federais. Era um sistema tradicional, construído e mantido na dominação da política local pelos coronéis a partir da fraude sistemática nas eleições (LEAL, 1975).

Nas duas primeiras décadas não há, no país, um mercado de cinema estabilizado, sendo a produção rara e a exibição ambulante, totalizando 151 filmes em uma década. Entre 1908 e 1913, são abertas as primeiras salas de cinema; verifica-se, então, um aumento no número de filmes realizados no país, 963 produções (SIMIS, 2008, pp. 69-71).

Desde essa época, era frequente que os exibidores também fossem distribuidores dos filmes, de forma a haver uma total sobreposição de interesses e capitais. Em outros casos, mesmo existindo uma separação formal dos empreendedores – um se dedicando apenas à

⁹ Para este estudo tomamos o conceito clássico de Estado: uma estrutura política que tem o monopólio da violência dentro de um território específico. Uma estrutura formal do sistema jurídico, garantia das liberdades fundamentais com a aplicação das leis por parte de juízes independentes. Liberdade de concorrência no mercado e políticas de integração da sociedade civil. Poderes separados e distribuídos conforme suas atribuições. BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N. e PASQUINO, G. *Dicionário de política*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1986.

exibição e outro à distribuição –, eles operavam baseados em laços de fidelidade. Havia as chamadas “salas lançadoras”, onde os filmes estreavam, após serem trazidos e disponibilizados por distribuidores que operavam com contratos de exclusividade com as empresas exibidoras. Só após os “lançamentos prioritários”, realizados apenas em uma sala de cinema, esses filmes eram destinados aos chamados “cinemas de segunda linha”, localizados, na maior parte, em locais afastados dos grandes centros urbanos ou nos bairros periféricos.

Tradicionalmente o lançamento dos filmes era feito inicialmente na capital federal (Rio de Janeiro), e posteriormente havia um longo período de exploração comercial do mesmo nas salas lançadoras. Normalmente, após uma temporada de exposição do filme no mercado é que ele iniciava uma peregrinação por outros cinemas. Inicialmente pela mesma rede; posteriormente por outras, ampliando assim sua abrangência em diversas outras cidades e Estados.

Por volta de 1910, havia uma produção de filmes de gêneros dramáticos e cômicos, que tratavam de reconstituições de crimes da época, assim como filmes do gênero de revistas musicais, com temas de atualidade, bem como de melodramas, com críticas aos costumes urbanos. “Essa idade do ouro não poderia durar, pois sua eclosão coincide com a transformação do cinema artesanal em importante indústria nos países mais adiantados [...]”. Em alguns meses, o cinema nacional eclipsou-se e o mercado cinematográfico brasileiro, em constante desenvolvimento, ficou inteiramente à disposição do filme estrangeiro. Inteiramente à margem e quase ignorado pelo público [...]” (GOMES, 1996, p. 11).

Até os anos 1920, atuou em nosso mercado uma empresa francesa chamada *Pathé Frères*, que foi a primeira a realmente desenvolver uma distribuição bem articulada. Além de realizar isso muito bem em seu país, e na Europa de modo geral, conseguiu ampliar suas atividades em diversos mercados. Nesse período, “os filmes franceses ocupavam 40% do mercado de São Paulo” (BRAGA, 2010, p. 56).

A exportação foi uma importante fonte de recursos para a Pathé. Inicialmente organizada para atender ao império colonial francês, ampliou-se rapidamente para a Europa e posteriormente para a Ásia e os Estados Unidos. Escritórios próprios de distribuição foram abertos em quase todas as capitais europeias, além de Cingapura e Nova York. Sua atuação no mercado externo incluiu a associação com produtoras locais para a produção, coprodução ou distribuição exclusiva de filmes na Itália, na Espanha, na Holanda, na Inglaterra, nos Estados Unidos e no Japão. Com isso, garantia um aspecto fundamental na atividade de distribuição, ou seja, a variedade de estilos e temas, com produtos que atendiam ao gosto dos diferentes públicos e culturas. (BRAGA, 2010, p. 55).

A empresa Casa Marc Ferrez distribuía os filmes da *Pathé* aos primeiros cinemas paulistas e cariocas. Dentre estes exibidores, destaca-se o circuito de Francisco Serrador¹⁰, nome importante da distribuição e da exibição brasileira no período, em função de seu monopólio em alguns estados dominados pela marca *Pathé*. A importância do empresário se evidencia com a criação, em 1911, da Companhia Cinematográfica Brasileira (CCB), que visava à distribuição e à exibição de filmes, tendo como sócio Antônio Gadotti. Ela foi “a primeira grande empresa do negócio cinematográfico brasileiro com sócios envolvidos em setores importantes da economia. Chegou a ter o controle de quase 230 cinemas em todo o Brasil [...] e, em cinco anos, tornou-se a primeira distribuidora a atender diretamente a todo o mercado brasileiro.” (BRAGA, 2010, p. 59).

Isso se deu antes da existência das grandes distribuidoras norte-americanas – chamadas *majors* –, que vão iniciar sua dominação na 1ª Guerra Mundial e ampliá-la a partir da 2ª Guerra, quando a Europa já estava muito enfraquecida pelas perdas humanas e econômicas decorrentes do conflito.

Em meados dos anos 1920, as *majors* norte-americanas, para assegurarem seus produtos nos mercados internacionais, criaram sedes para as suas empresas em vários países. Nesse movimento, passaram a se instalar no Brasil a Universal, a Paramount, a Warner e a Columbia¹¹. Seu impacto no circuito exibidor brasileiro foi grande, e gradualmente suas produções passaram a substituir as europeias. Foi mantido o modelo anterior de exclusividade com o exibidor, mudando apenas o produto, que deixou de ser prioritariamente europeu e passou a ser norte-americano, embora alguns distribuidores nacionais ainda ficassem com os filmes europeus.

No que toca à produção nacional, importa mencionar, entre os anos 1922 e 1930, os chamados Ciclos Regionais, que foram focos de produção cinematográfica em algumas regiões do país, como Rio Grande do Sul, Rio de Janeiro, Minas Gerais, São Paulo e Pernambuco. Uma das cidades de maior destaque foi a mineira Cataguases, que, além de importante polo de produção, apresentou Humberto Mauro¹² ao Brasil. Depois, este pioneiro

10 Além de exibidor, Serrador atuava como distribuidor de Ferrez, pois detinha a “exclusividade da marca *Pathé* para os estados de São Paulo e Paraná”. (BRAGA, 2010, p. 59).

11 Atualmente, a Columbia pertence à Sony Pictures.

12 Humberto Mauro realizou 357 filmes enquanto trabalhou INCE, de 1936 a 1967. Sheila Schvarzman classifica essa produção de Mauro no INCE em dois momentos: um de 1936 a 1947, e outro de 1947 a 1964, divisão que corresponde à saída de Roquette Pinto e ao final do Estado Novo, culminando com a saída de Mauro em 1967.

do cinema foi para o Rio de Janeiro, onde trabalhou na Cinédia dirigindo alguns filmes e, finalmente, no Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), onde consolidou sua carreira.

De um modo geral, antes dos anos 1930, o cinema no Brasil pode ser chamado de artesanal, sendo os filmes curtos e realizados, produzidos e exibidos geralmente pela mesma pessoa. Nesse período, não havia uma noção de mercado para os produtos audiovisuais, assim como não havia uma consciência de cinema nacional.

Nesta fase do cinema brasileiro, pode-se dizer que, de modo geral, não houve políticas direcionadas ao audiovisual e à cultura, nem havia a perspectiva de que o Estado atuasse neste campo. Entretanto, não havia também, por parte do setor privado, interesse maior no setor, diferentemente do que já se observava nos Estados Unidos. “Conforma-se, assim, uma primeira triste tradição no país em decorrência de seu perfil autoritário e elitista: [...] o caráter tardio das políticas culturais no Brasil.” (RUBIM, 2007, pp. 13-14).

1.1.2. A era Vargas e a atenção estatal

Nos anos 1930 o cenário mudou: novos agentes emergiram na cena política, e as classes médias e a burguesia urbana disputariam o poder político com as oligarquias. A principal mudança foi, evidentemente, a chegada de Getúlio Vargas ao poder através de um golpe que uniu as oligarquias dissidentes de Minas Gerais e Rio Grande do Sul com um grupo de militares descontentes com o papel que o exército ocupara até então. No poder, esses novos atores passaram a realizar uma série de mudanças institucionais que alterariam o padrão até então dominante no país: o Brasil deixaria de ser um país rural, agroexportador para ser um país urbano com uma indústria crescente e uma máquina estatal burocrática e diversificada. Com uma política conciliadora, buscando não romper totalmente com as oligarquias tradicionais, manteve políticas de valorização do café, como o Conselho Nacional do Café, e entidades como o Instituto do Cacau, bem como suas análogas do açúcar e do álcool. No entanto, não obteve o apoio de algumas elites, como a paulista, insatisfeita com a perda de autonomia estadual e do poder político que mantivera por 40 anos. O fechamento dos legislativos e a nomeação de Interventores para os estados foi o argumento utilizado para o levante armado sediado em São Paulo em julho de 1932. A Revolução Constitucionalista, promovida pela oligarquia paulista, tinha como objetivo a deposição do grupo no poder e a exigência da convocação de uma Assembleia Constituinte. Em 1934 uma nova Constituição trouxe importantes avanços, como o voto feminino e a legislação trabalhista. Além disso,

quase dez anos depois, foi sancionada a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), o que inseriu de forma definitiva os direitos trabalhistas na legislação do país.

As mudanças econômicas, sociais e políticas ocorridas no Brasil dos anos 1930, além de conferir um ar de modernidade e a ampliação do consumo de bens culturais pela elite, abriu mercados. A produção de filmes internacionais passou a entrar no Brasil com mais vigor e, dessa forma, começou uma mudança no ambiente do mercado cinematográfico nacional.

Essa mudança iniciada nos anos 1930 decorre, em grande parte, de uma nova visão do papel do Estado por parte das elites políticas e também da construção de um sentimento de nacionalidade até então pouco presente. O Brasil era constituído por um conjunto de regiões, mais ou menos importantes conforme sua relevância econômica, mas não possuía uma identidade nacional. Este problema já havia sido apontado por inúmeros intelectuais nos anos 20¹³ – lembre-se a Semana de Arte Moderna – e o risco da desagregação territorial era um desafio. A cerimônia da queima das bandeiras estaduais realizada pelo governo Vargas é o símbolo dessa busca de união acima das particularidades. O Estado havia sido obra do regime imperial de Pedro II, altamente centralizado. Agora, o importante era construir a Nação, o sentimento de pertencer a um território comum, uma Pátria.¹⁴

Em 1932, o Decreto-Lei nº 21.240, tornou obrigatória a exibição nas salas de cinema de curtas-metragens, medida que também se estenderia para o longa-metragem no Estado Novo. Para Anita Simis, era pela primeira vez criada uma política destinada à proteção do cinema brasileiro, sendo o Estado seu grande responsável, e Getúlio Vargas, considerado o “pai do cinema brasileiro” pelo setor. Também foram reduzidas as taxas alfandegárias sobre o filme virgem. Vale lembrar que o mesmo decreto baixou o custo de importação para filmes estrangeiros, os quais passaram a ocupar o mercado nacional com mais vigor.

Durante o governo foram criados o Ministério da Educação e Saúde, e órgãos como o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), o Instituto Nacional do Livro (INL) e o primeiro Conselho Nacional de Cultura. Para Calabre, é no governo Vargas que ocorreu uma primeira mudança na área da cultura no Brasil, período em que houve uma iniciativa real de elaboração de políticas públicas, um esforço para tornar a área mais institucionalizada (CALABRE, 2007, p. 88).

13 Alberto Torres, Oliveira Viana, Azevedo Amaral, entre outros.

14 Para mais detalhes ver PÉCAUT, Daniel. *Entre le peuple et la nation – les intellectuels et la politique au Brésil*. Paris: Éditions de la Maison des Scences de l’Homme, 1989.

Outro projeto idealizado na era Vargas foi o Instituto Nacional de Cinema Educativo (INCE), criado em 1936 por Roquette Pinto, este foi vinculado ao Ministério da Educação e Saúde e buscava “[...] promover e orientar a utilização da cinematografia, especialmente como processo auxiliar no ensino, e ainda como meio de educação popular”. (SIMIS, 2008, p. 34).

O que ocorreu então é que, além de instituir o decreto que incentivava a exibição dos filmes, o Estado também passou a produzi-los. Para tanto foi construído, dentro do INCE, um estúdio para filmagem, montagem, sonorização e revelação (SCHVARZMAN, 2004, p. 269). Dessa maneira ele ficava responsável pela produção e distribuição de filmes educativos, visto que se destinava a realizar filmes “didático-científicos” que serviriam de “instrumentos para a batalha da educação”, vista por Getúlio Vargas como “matéria de salvação nacional” (SCHVARZMAN, 2004, p. 269).

A pedido de Gustavo Capanema, ministro da Educação e Saúde, o diretor Humberto Mauro foi convidado por Edgard Roquette-Pinto para trabalhar no órgão, e foi lá que ele consolidou sua carreira no cinema educativo¹⁵, no qual realizou mais de 300 filmes.

A única ponte [do Estado] com o cinema no plano cultural era o INCE [...]. Nada, portanto, ligava o cinema, digamos “comercial”, com o MEC em termos de estratégia cultural, enquanto que o apelo com ênfase industrial, por sua vez, não obtinha resposta governamental, esvaindo-se no interior de um órgão de pouca influência. O grito reivindicativo, – “cinema é problema de governo”, insistentemente repisado, havia surtido os efeitos possíveis, a questão era absorvida pelo Estado, mas pela sua relativa importância subordinava-se às metas mais prementes da política desenvolvimentista. Ao Estado parecia não interessar concentrar forças num campo em que teria que enfrentar interesses estrangeiros e auferir duvidosos, e pouco significativos, resultados em termos industriais. Sob o prisma cultural, por outro lado, o Estado não possuía preocupações tão abrangentes que englobassem a atividade cinematográfica. A questão educacional, por exemplo, integrava-se muito mais adequadamente ao pragmatismo desenvolvimentista, e mesmo nesta área tivemos um período de transição e indefinição em termos de política e ação concretas para o setor. (RAMOS, 1983, p. 25-26).

O papel educativo e a visão de unificação do país que ele trazia fica evidenciado no discurso de Getúlio Vargas:

O cinema será, assim, o livro de imagens luminosas no qual as nossas populações praieiras e rurais aprenderão a amar o Brasil, acrescentando a confiança nos destinos da Pátria. Para a massa dos analfabetos, será essa a disciplina pedagógica mais

15 Consecutivamente realiza filmes de longa-metragem como *O descobrimento do Brasil* (1937) para Instituto do Cacau da Bahia em colaboração do INCE; *Argila* (1940). Em 1952 faz seu próprio estúdio – Rancho Alegre onde realiza *Canto da Saudade* (1952), mas nesses casos a infraestrutura e técnicos são do INCE.

perfeita, mais fácil e impressionante. Para os letrados, para os responsáveis pelo êxito da nossa administração, será uma admirável escola. (SIMIS, 2008, p. 30).

Esses filmes produzidos pelo INCE foram distribuídos em escolas, institutos, centros operários e agremiações esportivas pelo país, e tratavam, entre outros assuntos, de títulos da literatura brasileira. Quatro anos após a sua existência, o órgão já havia realizado cerca de 200 filmes, sendo uma escola para muitos diretores (SIMIS, 2008, pp. 35-36). Nesse novo contexto, um Estado nacional centralizado, industrializado e urbanizado foi se constituindo.

No governo Vargas foi criado o DOP (Departamento Oficial de Propaganda), que depois em 1934 foi substituído pelo DPDC (Departamento de Propaganda e Difusão Cultural) em 1939. Este seria o primeiro órgão com a função de se ocupar com as questões cinematográficas (SIMIS, 2008, pp. 47-48).

Em 1939, como uma reorganização desses órgãos já citados, e com uma abrangência maior de atuação e força, é criado o Departamento de Informação e Propaganda (DIP), sendo o cinema considerado por Vargas uma ferramenta estratégica para a construção de um nacionalismo unificador. Como já foi lembrado, existia por parte do governo a busca de uma unidade nacional, onde a cultura, uma cultura nacional, deveria exercer uma função central. O foco do DIP era, entre outras coisas, estimular a produção de filmes educativos, a realização de eventos ou festas populares com características nacionais e educativas, assim como atividades que buscavam promover as ações do governo. A atuação do DIP era ampla e ambígua. Se por um lado desenvolvia uma política cultural meritória estimulando publicações, por outro realizou um trabalho de apologia do líder do governo (Vargas), com estudos hagiográficos, na esteira dos regimes fascista e nazista. Se envolveu, também, numa violenta censura a tudo que fosse considerado “subversivo”, contrário ao governo ou associado ao comunismo ou socialismo. O levante ocorrido nos quartéis em 1935 e liderado por Luis Carlos Prestes, conhecido como Intentona Comunista, recrudesceu essa face policial do regime. Nesse sentido, a propaganda do governo se dava através das DEIPS, filiais do DIP nos estados brasileiros que trabalhavam com este foco.

Mas não apenas do Estado viveu o cinema durante a era Vargas. De 1930 a 1940, a produção brasileira de filmes se restringiu ao Rio de Janeiro, visto que somente lá havia estúdios. Um exemplo notório é a Cinédia, empresa idealizada por Adhemar Gonzaga, que realizava filmes populares e comédias musicais, conhecidas como chanchadas. Dentre as

produções de destaque da empresa encontra-se o filme *Lábios Sem Beijos* (1930), realizado por Humberto Mauro, assim como *A Voz do Carnaval* (1933), com Carmen Miranda.

Em 1941, Moacir Fenelon e José Carlos Burle fundaram a Atlântida Cinematográfica com o objetivo de promover o desenvolvimento industrial do cinema brasileiro seguindo o modelo norte-americano de industrialização. A empresa, localizada no Rio de Janeiro, realizou filmes como *Moleque Tião* e *Carnaval Atlântida*, dirigidos por José Carlos Burle e estrelando *Grande Otelo*. O período de destaque da empresa foi entre 1943 e 1947. Embora com inspiração nas produções norte-americanas, os musicais da Atlântida receberam influência do teatro de revista, do circo e do carnaval.

A Atlântida produzia chanchadas com um elenco de estrelas já consagradas no rádio (star system), tinha uma produção em grande escala e em ritmo industrial (embora em condições precárias) e esboçou uma integração vertical através da associação com Severiano Ribeiro, proprietário de um dos maiores grupos exibidores do Brasil. (MARSON, 2006, p.27).

Em contrapartida a este cinema popular, muito criticado por setores da sociedade mais intelectualizados, surgiu, em 1949, a Companhia Cinematográfica Vera Cruz. Nela se evidenciava um estilo mais próximo ao clássico hollywoodiano e sua meta eram grandes produções, orçamentos elevados e alta tecnologia, com mão de obra importada.

A criação da Companhia Cinematográfica Vera Cruz, ao satisfazer às exigências produzidas pelo mito do cinema industrial (grandes e modernos estúdios, abundância de capital, maquinário adequado, equipes fracionadas em especialidades e assalariadas etc.) em oposição à modesta produção da chanchada carioca, foi considerada, na época, o marco da fundação da indústria cinematográfica no Brasil. (SIMIS, 2008, p. 173).

Em 1952, durante o segundo governo Vargas, juntamente com Alberto Cavalcanti, foi realizado um projeto de lei para a criação de um órgão capaz de atuar no âmbito cinematográfico, visando formatar um modelo de indústria para o Brasil.

Há muito que a “classe cinematográfica” do país vinha reivindicando uma atuação mais direta por parte do Estado nas questões relacionadas ao cinema. E o cerne de muitas discussões era se o cinema nacional do pós-guerra deveria ser um “cinema industrial” ou um “cinema artesanal”. Enviado ao Congresso Nacional, o projeto foi sempre colocado em segundo plano, perdendo espaço para áreas consideradas mais relevantes do ponto de vista macroeconômico, como a indústria automobilística.

Da fragilidade, timidez e desarticulação gritantes que marcam a política cinematográfica até 1950, passamos para uma etapa rica em agitação de ideias e propostas, patamar determinante que vai influenciar todos os posteriores desdobramentos das relações cinema-Estado. (RAMOS, 1983, p. 15)

O pós Segunda Guerra mundial foi o momento de grande expansão do cinema norte-americano pelo mundo e houve uma mudança, visto que a predominância passou a ser das grandes indústrias, representadas pelas multinacionais, com foco nas áreas da informação e do entretenimento. Nesse novo modelo apareceram com mais destaque as *majors*, que atuavam principalmente na circulação e comercialização de produtos audiovisuais; representavam os estúdios de Hollywood e, portanto, a identidade norte-americana para o mundo. A função dessas empresas não se restringia à distribuição dos filmes; elas atuavam também em sua criação, produção e divulgação (SILVA, 2010, pp. 66-67).

A posição hegemônica norte-americana no campo do audiovisual foi favorecida por fatores endógenos e exógenos a sua política governamental. Essa cinematografia resulta de um intenso e precoce processo de estruturação de sua indústria, o qual gerou um acúmulo de experiências profissionais, com alto nível técnico e maior conhecimento dos mercados; rápida urbanização e desenvolvimento industrial; isenção de impostos e outras formas de incentivo protecionista e a organização monopolista e verticalizada, desde sua concepção e passando por toda a cadeia produtiva. (SILVA, 2010, p. 68).

No entanto, no final dos anos 1940, o domínio do cinema norte-americano se enfraqueceu com a legislação nos Estados Unidos que combatia a formação de oligopólios, processo que durou até os anos 1970. Entravam na competição as produtoras independentes, que pouco a pouco buscariam ocupar as salas de cinema. Nesse processo, as *majors* notaram que a força econômica encontrava-se na distribuição e passaram a atuar neste setor.

Na década de 1950, apesar de um período inicial muito problemático, inclusive pela ausência de aparelhos retransmissores para serem comprados pela população, a televisão no Brasil foi trazida por Assis Chateaubriand, jornalista e maior empresário do setor, figura influente do período, que ao longo dos anos 1950 e 1960 comandava jornais e emissoras de rádio e televisão. Esta popularizou-se sem que recebesse maior regulamentação por parte do Estado. Ela começou em São Paulo, depois Rio de Janeiro, espalhando-se em seguida pelos demais estados.

Inicialmente as televisões importaram os conteúdos que seriam exibidos e só pouco a pouco passaram a produzi-los ainda de maneira bastante precária e amadora. Assim

foi construído um modelo vertical, no qual as televisões produziam, distribuíam e exibiam seu próprio conteúdo sem que houvesse uma regulamentação por parte do Estado neste processo – um modelo que segue até os dias de hoje, diferentemente do que ocorreu em países como Estados Unidos, Inglaterra, França, onde existem cotas de programação independente.

Uma primeira regulamentação do setor viria apenas nos anos 1960, porém legislando somente sobre o modelo de concessão da televisão, e não sobre seu conteúdo.

[...] neste período que é elaborado o primeiro marco regulatório da televisão, o Código Brasileiro de Telecomunicação (CBT) de 1962, pois até então a atividade era exercida sem legislação específica, seguindo os modelos institucionais estabelecidos na década de 20 para a radiodifusão.

Durante a elaboração do CBT o setor privado se organizou para defender seus interesses, assim foi criada a Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão (Abert). A Abert, naquele momento liderada pela TV Tupi, dos Diários e Emissoras Associados, passou a pressionar o governo na defesa de seus interesses.

[...]

A Lei nº 4.117 de 27 de agosto de 1962, introduziu o CBT, que estabelece o modelo comercial privado baseado em concessões públicas, cabia ao Poder Executivo autorizar as concessões por um período de quinze anos, renovar ou cancelar. Se o Executivo não desse parecer sobre o pedido de uma emissora em até noventa dias a autorização para o funcionamento era aprovada automaticamente, o que certamente é benéfico para as emissoras. (FERNANDES, 2014, pp. 24-25).

Na década de 1950 e início dos anos 1960 se observa no país um desenvolvimento da produção cultural brasileira desacompanhado da produção de políticas de Estado para o setor, visto que o grande desenvolvimento na área cultural se deu no campo da iniciativa privada. É importante destacar que algumas instituições privadas, como Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro e o Museu de Arte de São Paulo, ou ainda grupos de teatro, receberam verba do governo federal, porém de forma descontinuada. Segundo Lia Calabre, a subvenção não se constituiu em política de financiamento (CALABRE, 2007, p. 89).

Segundo Ramos, nos anos 1950 havia um clima de desenvolvimentismo e, dentro dele, a cultura foi inserida. Nesse contexto foram criados os primeiros congressos de cinema onde se debatia a política cinematográfica, assim como a crise na Vera Cruz. Nesta conjuntura, os debates giravam em torno da construção de uma indústria e de um cinema popular, que representasse a realidade do povo (BAHIA, 2012).

Nesse período destacaram-se dois grupos que debatiam os rumos da indústria nacional, o Grupo de Estudos da Indústria Cinematográfica (Geic), criado em 1956, e o Grupo Executivo da Indústria Cinematográfica (Geicine), no governo de Jânio Quadros em 1961.

Ramos (1983, p. 23 et seq.) classifica o Geicine, que era subordinado ao Ministério da Indústria e do Comércio, como industrialista-universalista, pois o grupo defendia que o cinema deveria ser feito pela iniciativa privada e o Estado teria o papel de protegê-lo, assim como de se associar ao capital estrangeiro, buscando transformar o cinema em algo semelhante à produção dos países desenvolvidos, aproveitando a fase desenvolvimentista pela qual o Brasil passava. Em oposição a eles, havia o grupo “nacionalista-culturalista” (RAMOS, 1983, p. 23 et seq.). Seu foco era outro: o cinema de autor. Esse grupo via o capital estrangeiro como um problema, e tinha uma preocupação social; dentro desse viés, “a comunicação com o povo, portanto, deveria ser estreitada, tendo por objetivo contribuir para a conscientização, através de conteúdo e linguagem ‘nacionais’” (BAHIA, 2012, p. 39). Embora os dois grupos tivessem posições diversas, ambos procuravam uma aproximação do Estado, mesmo que com propostas diferentes.

No final dos anos 1950, jovens vinculados ao grupo “nacionalista-culturalista” propuseram uma nova maneira de fazer cinema no país. Nascia aí o Cinema Novo. Este grupo propunha um cinema desvinculado dos estúdios, como o modelo desenvolvido pela Vera Cruz, e buscava usar novas formas de linguagem e estética. Faziam parte do grupo nomes como Glauber Rocha, Joaquim Pedro de Andrade, Ruy Guerra, Carlos Diegues, Cezar Saraceni, Nelson Pereira dos Santos, entre outros. O Cinema Novo, assim como outros cinemas de resistência na América Latina, chamados cinemas nacionais, foram uma oposição ao modelo de produção norte-americano.

O cinema holywoodiano, desde o pós-guerra, se consolidou enquanto um produto industrial com a finalidade de entretenimento e buscava ampliar seu mercado com a exportação, trabalho muito bem realizado pelas *majors*. Os cinemas nacionais eram contra a realização de filmes nos grandes estúdios, como em Hollywood, com narrativa clássica e uniformidade de linguagem. “Nesse contexto, o cinema de cada país vai procurar estabelecer relações fortes com códigos de identificação de sua nacionalidade: a língua, as locações, os tipos dos personagens, as vestimentas, as músicas, as referências literárias caracterizam a nacionalidade de um filme” (BAHIA, 2008, p. 3).

No governo Jânio Quadros foi criado o Conselho Nacional de Cultura, inicialmente subordinado à Presidência da República e, posteriormente, vinculado ao Ministério de Educação e Cultura (MEC). Foi criado com o objetivo de elaborar planos

nacionais para a cultura. No mesmo período, podemos citar a criação dos Centros Populares de Cultura da União Nacional dos Estudantes no Rio de Janeiro.

A efervescência cultural do início da década de 1960 encontrou ressonância na alta mobilização política do país. O enfrentamento cada vez mais claro entre os setores conservadores e os movimentos sindicais e populares entrou na sua fase mais crítica. Depois da renúncia de Jânio Quadros, e da atribulada posse de seu vice, João Goulart,¹⁶ abriu-se um período em que a radicalização dos grupos à direita e à esquerda se acirrou. Os temas como as Reformas de Base foram a tônica dos discursos do período. As reformas agrária, universitária e fiscal eram vistas pelo governo e alguns setores da sociedade como necessárias para o país avançar. Já os grupos conservadores as viam como uma ameaça à sua sobrevivência.

O final dos anos 1950 e início de 1960 foi um momento importante para a cultura brasileira de forma mais ampla. No campo da música, surgiu no Rio de Janeiro a Bossa Nova, que lançou nomes como Tom Jobim, Vinicius de Moraes e João Gilberto. No campo do cinema, um Brasil com conflitos sociais e políticos, até então desconhecido de muitos, foi descortinado pelo Cinema Novo, que buscou romper com o cinema tradicional na época composto de musicais, comédias e filmes norte-americanos, utilizando-se da influência do Neorrealismo italiano e da *Nouvelle Vague*. Glauber Rocha, Ruy Guerra, Nelson Pereira dos Santos, Joaquim Pedro de Andrade, Paulo César Saraceni, Leon Hirszman, entre outros, foram figuras centrais para o movimento.

1.1.3. A ditadura civil-militar e a ascensão da TV

O golpe se inicia com a derrubada do governo de João Goulart, e estabelece um regime militar que durou 21 anos e pelo qual passaram diferentes governos militares. Neste período, houve uma busca pela centralização da administração do país, incluindo um debate sobre como elaborar uma política nacional de cultura.

O Estado passa a investir em órgãos de comunicação, sendo reformulado o Conselho Nacional de Cultura e criado o Conselho Federal de Cultura (CFC – 1966), cuja

¹⁶ Jânio Quadros – da União Democrática Nacional, um partido conservador – renunciou em agosto de 1961 ameaçado, segundo suas próprias palavras, por “forças ocultas”. Seu vice – João Goulart, do Partido Trabalhista Brasileiro, de cunho popular – encontrava-se em visita à União Soviética e à China. Alegando risco do país cair nas mãos de grupos comunistas, uma Junta Militar assumiu o governo para impedir a posse de Jango. A resistência democrática de respeito à Constituição se iniciou em Porto Alegre – Movimento da Legalidade – liderada por Leonel Brizola, então governador do estado do Rio Grande do Sul. Através de uma rede de rádios que aos poucos foi se nacionalizando, Brizola conseguiu o apoio do III Exército, sediado no Sul, e reverteu o quadro político. Intensa negociação que envolveu, inclusive, a mudança do presidencialismo para parlamentarismo, garantiu a posse do novo presidente e atrasou por três anos o golpe de 1964.

função era analisar os pedidos de verba ao MEC, direcionando apoio a uma série de ações, assim como a recuperação das instituições nacionais, tais como a Biblioteca Nacional (CALABRE, 2007, p. 91).

Nesse período, foram criadas as empresas Telebrás e Embratel com o objetivo de nacionalizar e manter o controle estatal no setor das telecomunicações. Também são deste período as secretarias estaduais de cultura, o Ministério de Telecomunicações (1967), a Radiobrás (1976) e a Funarte (1975), tendo a criação dessas instituições o objetivo de implementar “[...] a gestão de uma política para a cultura que estava em consonância com o desenvolvimento do capitalismo do Brasil”.

Nesse cenário, foi criado o Instituto Nacional de Cinema (INC), em 1966, que assumiu as funções de promover e estimular o cinema, assim como as políticas públicas para o setor.

O projeto de criação do INC – de seu envio ao Congresso à decisão autoritária – passa a ser, então, um novo marco de referência em torno do qual se colocarão os grupos do campo cinematográfico que, desde os anos 50, lutavam por uma política de cinema. A corrente universalista, à frente do GEICINE, é clara e explícita na sua concepção do que seria o novo órgão, quais suas tarefas e raio de ação. Centralizar a administração do desenvolvimento cinematográfico, criar normas e recursos, e respeitar uma “política liberal” para a importação de filmes, esses eram os seus pontos de apoio. (RAMOS, 1983, p. 51).

A partir desse momento, o papel do Estado foi efetivo no cinema, dado que uma visão industrial só foi colocada em prática com a criação de órgãos culturais federais conduzidos pelos mesmos rumos econômicos e políticos do governo militar. Sendo assim, a partir daí o Estado tornou-se o ator principal para a existência de uma indústria cinematográfica. O grupo nacionalista ficou fora do processo e, portanto, reagia ao INC. Lideranças do Cinema Novo, como Glauber Rocha, integravam protestos criticando a falta de participação dos cineastas no órgão e alertando para o perigo do “dirigismo estatal” e da abertura da produção ao capital estrangeiro¹⁷ (RAMOS, 1983, p. 52).

Neste momento a televisão se expandiu e passou a desempenhar um papel fundamental na nacionalização da cultura. Diferentemente do cinema, a televisão brasileira teve seu financiamento via publicidade e isso foi um dos aspectos que a auxiliou a se firmar enquanto indústria, se consolidar e se popularizar através de suas telenovelas e jornalismo no

17 Ainda que houvesse exceções ligadas ao Cinema Novo, como Gustavo Dahl, que eram favoráveis à existência do órgão, a corrente crítica era a maioria.

imaginário nacional. A televisão começou na região Sudeste em 12,4% dos domicílios, sendo que nos anos 80 já estava em 74,1%, alcançando em 2006 praticamente 100% (BAHIA, 2012, p. 161).

O principal ator desse processo de desenvolvimento foi a Rede Globo¹⁸. Criada em 1965, aderiu ao projeto do governo militar e beneficiou-se dele, uma vez que essa adesão lhe permitiu se consolidar como a emissora dominante desde então. A estreia em rede nacional do Jornal Nacional, em 1969, apresentava o acordo de interesses que havia entre os empresários da televisão e os militares, apresentando em um mesmo programa “a procura de respeitabilidade da empresa na sociedade e a busca pela ditadura militar do controle de informação” (AUTRAN, 2013, p. 93). Diante de seu amplo poder de alcance, houve uma preocupação por parte de setores da cultura com o impacto sobre as culturas regionais e populares. As telenovelas e séries da Globo foram sendo aprimoradas e são até hoje o grande produto da emissora¹⁹, tanto nacional quanto para exportação. O poder de influência da Globo era bastante amplo e repercutia no cinema, quando passaram a ser feitos filmes de astros da emissora como os Trapalhões, que foram sucesso de bilheteria.

Enquanto em outros países, especialmente na Europa e América Latina, o desenvolvimento da televisão ajudou a fortalecer o cinema, no Brasil, a televisão cresceu e desenvolveu-se, principalmente durante o regime militar, sem contribuir efetivamente para desenvolver o setor cinematográfico. (BARONE, 2009, p. 88).

18 O então governador do Rio de Janeiro, Carlos Lacerda, logo após a inauguração da TV Globo (26 de abril de 1965), denunciou o acordo com o grupo norte-americano Time-Life que envolvia alguns milhões de capital estrangeiro na empresa brasileira, que não era permitido pelo artigo 160 da Constituição brasileira, que proíbe a interferência estrangeira em questões nacionais. O acordo envolvia o investimento da empresa norte-americana na compra de equipamentos e na construção da emissora. Isso resultou em uma campanha contra a TV Globo que contou com o deputado João Calmon que era presidente da Abert (Associação Brasileira de Empresas de Rádio e Televisão) e um dos proprietários dos Diários e Emissoras Associados (grupo ao qual pertencia a TV Tupi). Um processo foi aberto para a investigação no Conselho Nacional de Telecomunicações e posteriormente o deputado Eurico de Oliveira apresentou um requerimento à Câmara pedindo uma CPI. Em 1966 o parecer resultante da Comissão de parlamentares foi desfavorável à emissora, uma vez que alegava que a empresa norte-americana participava na orientação administrativa e intelectual da Globo. Em 1967 o consultor-geral da República Adroaldo Mesquita da Costa emitiu parecer favorável dizendo não haver sociedade entre as empresas e dessa maneira a emissora ficou legalizada.

19 A empresa dispõe hoje de uma infraestrutura rica, como o complexo Projac, centro de produção situado na cidade do Rio de Janeiro, com uma área aproximada de 400 mil metros quadrados, que comporta estúdios dos programas da emissora, cidades cinematográficas, cenários e uma equipe técnica capaz de produzir em escala industrial. A Globo produz e exhibe o seu próprio produto, quase não sendo necessária a compra de produção externa, algo que complica muito a situação do audiovisual brasileiro. Ainda assim a Globo costuma exhibir filmes em sua programação, e estes são, em sua maioria estrangeiros. Segundo Bahia (2012, p. 175), o número de filmes estrangeiros exibidos na televisão aberta nacional ainda é gigantesco: e, no mais das vezes, trata-se de filmes que a própria emissora coproduziu, exemplo o programa Festival Nacional de 2003.

Ao mesmo tempo em que a televisão servia à ditadura civil-militar como um elemento para integrar e unificar o país, ela era vista por setores cinematográficos como pouco artística, cuja função primordial seria de entreter, diferentemente do cinema, cuja função social seria de conscientização e politização, como um conjunto considerável dos filmes do Cinema Novo.

A colaboração da Rede Globo com a ditadura militar auxiliou que esta se sustentasse no poder, e em troca a emissora teve seus interesses atendidos. O governo investiu na construção de infraestrutura que possibilitasse a disseminação da televisão no país, como a criação da Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel) em 1965, responsável por modernizar as telecomunicações e instalar a conexão via satélite. Para garantir que a programação chegasse ao público foi elaborada uma política de estímulo a crédito para compra de aparelhos televisivos, proporcionando o aumento da atuação da Rede Globo. O governo também foi responsável por altos investimentos publicitários na emissora, o que auxiliou na sua capitalização, e por “fornecer apoio político para aprovação da legislação de seu interesse”. (FERNANDES, 2014, pp. 108-109).

Apesar das críticas de ser um veículo ideologicamente enviesado e um mecanismo exclusivamente de entretenimento, a iniciativa nos anos 1970 com o Globo Shell Especial, depois intitulado Globo Repórter, abriu espaço para diretores como Eduardo Coutinho, Maurice Capovilla, João Batista de Andrade, Walter Lima Jr, entre outros, que puderam trazer uma visão diferente de Brasil.

1.1.4. A Embrafilme e a ‘época de ouro’ do cinema nacional

Somente nos anos 1960, o Estado daria o primeiro passo no sentido de buscar, efetivamente, construir uma indústria de cinema no país. Em 1966, como já mencionado, o recém-criado Instituto Nacional do Cinema (INC) assumiu as funções de promover e estimular o cinema, assim como políticas públicas para o setor.

Em 1969 foi criada a Embrafilme, empresa vinculada ao INC e que desempenharia um papel estratégico tanto por seu poder político e econômico na atividade cinematográfica, quanto por participar, em um primeiro momento, da produção e distribuição. Ao longo do tempo, as funções da empresa passaram a se sobrepor ao INC, que terminou perdendo sua função e sendo extinto em 1975.

Durante a ditadura civil-militar, o cinema brasileiro era visto como um elemento estratégico para a integração nacional, assim como um instrumento de educação e, portanto, deveria ser mantido e protegido frente ao cinema norte-americano. Com esse intuito é que foi

criada a Embrafilme, seguindo a lógica de “desenvolvimentismo cinematográfico”, buscando um cinema de proporções industriais, possibilitando a coprodução com empresas estrangeiras, havendo um certo controle sobre a entrada dos filmes estrangeiros no país (RAMOS, 1983, p. 53).

A Embrafilme buscava distribuir e promover os filmes fora do país e desempenhou um papel político e econômico na atividade cinematográfica. Entre seus objetivos estava fortalecer a atividade cinematográfica, buscando desenvolver uma indústria regulada pelo Estado.

Outro fato relevante é que a empresa tinha uma preocupação em fornecer dados sobre o mercado cinematográfico, algo que até então era particularidade das *majors*.

Se a primeira Embrafilme estava sob o domínio dos industrialistas, a empresa que estava por vir cairia sob o poder do grupo “nacionalista”, vinculado ao Cinema Novo. Entre 1970 e 1980, a empresa viveu um período próspero sob a gestão do cineasta Roberto Farias, momento em que se constatou a volta do público às salas de cinema para assistir a filmes nacionais. “Na transição para o governo Geisel, os vínculos entre o cinema e o Estado se estreitaram com a indicação do produtor/cineasta Roberto Farias para a direção Geral da Embrafilme, em 7 de agosto de 1974, com o apoio explícito da classe cinematográfica” (AMANCIO, 2011, p. 41).

Foi também o momento em que a empresa passou a comandar os três pilares da indústria: produção, distribuição e exibição, quando o Brasil chegou a alcançar até 36% do seu mercado (AUTRAN, 2004, p. 9). Em resumo: buscava-se desenvolver uma indústria cinematográfica nacional forte e capaz de competir com o cinema norte-americano.

Um fato relevante é que a Embrafilme se tornou, ao longo de sua existência, coprodutora dos filmes. Dessa maneira, o Estado passaria de um simples financiador para um produtor direto e, sendo assim, arcaria com os riscos econômicos que essa atividade apresenta.

[...] é a partir de agora que a EMBRAFILME, introduzindo de fato o sistema de coprodução, no qual assume o risco do investimento em projetos, e ampliando o volume das operações de distribuição, modelará sua mais ousada configuração, enquanto intervenção estatal na atividade cinematográfica, já que a cumplicidade estabelecida na associação financeira a um projeto e a responsabilidade requerida para a sua comercialização levarão para o interior da EMBRAFILME a absoluta gerência administrativa do produto fílmico, até então delegada aos setores privados. (AMANCIO, 2011, p. 44).

Graças à empresa, houve um grande aumento na produção de filmes no país – atingindo o pico de 103 longas-metragens em 1980 – na extensão do circuito exibidor, bem como no hábito de ir ao cinema.

Nesse período áureo do cinema brasileiro, em meados da década de 1970, surgiu um conjunto de circuitos de arte brasileiros espalhados pelo Brasil. Eram empresas que criaram associações com o objetivo de ampliar sua influência: Circuito Arco-íris, Fama Filmes, Cinematográfica Haway, Companhia Serrador, Araújo e Passos, Campineira de Cinema, Rede Severiano Ribeiro, ArtFilms e Condor. Com uma rede exibidora tão ampla, o Brasil, em meados dos anos 1970, dispunha de 3.276 salas de cinema²⁰.

Em 1970 foi criado o Departamento de Assuntos Culturais (DAC) dentro do Ministério de Educação e Cultura (MEC) para ampliar o foco na cultura, visto que a educação sempre havia sido o elemento principal do Ministério. Na gestão de Jarbas Passarinho, de 1969 a 1973, foi elaborado o Plano de Ação Cultural (PAC), cujo objetivo era subsidiar eventos ligados à capacitação de pessoal, patrimônio e atividade artísticas, sendo lançado em 1973 um calendário de eventos culturais que seriam subsidiados pelo Estado (CALABRE, p. 91, 2007).

Em 1972 realizou-se o I Congresso da Indústria Cinematográfica Brasileira, em que um conjunto de produtores brasileiros – entre os quais podemos citar Luiz Carlos Barreto, Walter Hugo Khouri e Oswaldo Massaini – solicitavam mudanças na Embrafilme.

Com a abertura política do período Geisel (1974-1978), uma tentativa de reaproximação com o universo da cultura se intensificou. Em 1975, criou-se o Plano Nacional da Cultura, assim como a Radiobrás, a Fundação Nacional de Arte (FUNARTE) e o Centro Nacional de Referência Cultural.

No ano seguinte, foi elaborado o Conselho Nacional de Cinema (Concine), que substituiu o INC e, segundo Lia Bahia (2012, p. 51), era o braço regulatório da indústria cinematográfica nacional, enquanto a Embrafilme era o operativo, sendo a política de incentivo aplicada por esta e a de regulação e fiscalização, por aquele. Nesse período ainda foram criados o Conselho Nacional de Direito Autoral (CNDIA), o Plano Nacional de Ação Cultural, o Centro Nacional de Referência Cultural (1975) e a Secretaria de Cultura do MEC.

²⁰ Pode-se dizer que o público do cinema acompanhou esse crescimento quando se observa o grande sucesso de bilheteria do filme *Dona Flor e seus Dois Maridos* (1976), de Bruno Barreto, que vendeu mais de 10 milhões de ingressos.

A chamada “transição”, que nas palavras de Geisel, deveria ser “lenta, gradual e segura”, se inicia no final da década de 70 e finaliza com a posse de Sarney na Presidência da República. Esse processo traumático vivido pelo país envolveu momentos de renovação cidadã com as Diretas Já e momentos de grande frustração com a derrota da emenda das eleições diretas e a criação do Colégio Eleitoral²¹. A sequência da morte de Tancredo Neves e a posse de políticos ligados ao antigo regime ditatorial mostraram os limites da nova democracia. A instabilidade política do país causava reflexos na cultura. Havia trocas de cargos a todo momento no setor cultural e a crise econômica atingiu primeiramente a essas políticas, consideradas, desde sempre, como secundárias.

No início dos anos 1980, a Embrafilme começou a sofrer uma crise administrativa e orçamentária, o que resultou em um esvaziamento político e econômico da atividade cinematográfica nacional, colaborando para o encerramento de suas atividades (GATTI, 1999, p. 9). Os anos 1980 e 1990 foram também o momento em que o discurso do livre comércio começou a ser propagado com mais intensidade, principalmente aos países em desenvolvimento, como o Brasil.

[...] é nesse momento que o livre comércio e a abertura de fronteiras nacionais aparecem como recursos para o recolocar-se na competição econômica, sendo vendida – sobretudo aos países menos desenvolvidos – a promessa de novas oportunidades para impulsionar suas políticas e economias a partir da integração dos mercados e do livre comércio. (SILVA, 2010, p. 24).

Paralelamente ao processo de saída de cena do Estado do centro da política cinematográfica do país, houve um processo de internacionalização da economia do setor e uma consolidação das *majors* no país. Nesse período o público frequentador das salas de cinema no país caiu drasticamente e muitos estabelecimentos começaram a sofrer baixas e fechar suas portas.

Não bastasse a concorrência dos programas de televisão, com a abertura democrática do regime militar, liberaram-se os filmes pornográficos. Os exibidores se viram diante de um fenômeno de grandes bilheterias e não tiveram a mínima condescendência em transformar antigos “palácios de cinema” que, neste momento, estavam vazios, em salas pornográficas (LUCA, 2010b, p. 58).

21 O Colégio Eleitoral foi a solução encontrada para compatibilizar governo e oposição frente à derrota da Emenda Dante de Oliveira, que propunha eleições diretas para presidente da república e que foi derrotada na votação do Congresso em 1984.

1.1.5. O fim da presença do Estado?

O Brasil, nos anos 1980, atravessou uma grande crise econômica, decorrente do esgotamento do modelo de desenvolvimento implementado pelo regime militar; aumento da dívida externa, cenário de desemprego, inflação e vulnerabilidade social, o que resultou, no dizer de muitos especialistas, em uma década perdida. No entanto, esse contexto economicamente desfavorável não impediu que uma espécie de euforia estivesse presente diante da possibilidade de eleições – mesmo que indiretas, como resultado da campanha pelas Diretas Já²² – a serem realizadas pelo Colégio Eleitoral.

Eleito Tancredo Neves (PMDB) presidente do Brasil, teve José Sarney, seu vice, como representante dos grupos conservadores no acordo formalizado. O novo momento político gerou grande esperança na população, saturada dos longos anos de repressão, censura e cerceamento das liberdades fundamentais. No entanto, às vésperas de sua posse, Tancredo adoeceu gravemente e faleceu, sendo sucedido por José Sarney, numa manobra política que acabou redundando na permanência no governo de quadros do antigo regime.

No início de seu governo, Sarney aprovou uma emenda constitucional que estabelecia eleições diretas para presidente, governadores e prefeitos. Em seu mandato, também, foi realizado o processo constituinte e aprovada a nova Constituição de 1988, marco de muitas mudanças, principalmente no campo social. Na área da cultura, criou o Ministério da Cultura, além de órgãos como a Secretaria de apoio à Produção Cultural, a Fundação Nacional de Artes Cênicas, a Fundação do Cinema Brasileiro, a Fundação Nacional Pró-Leitura e a Fundação Palmares.

Em 1986, Celso Furtado, economista e intelectual reconhecido, foi nomeado Ministro da Cultura, e no mesmo ano, foi sancionada a lei 7.505/86, a chamada Lei Sarney, primeira legislação federal de incentivo fiscal à produção cultural. Seu objetivo era auxiliar nas dificuldades financeiras que o Estado vinha enfrentando no campo da cultura, visto que a criação de um novo ministério não ampliou o orçamento – ele, na verdade, foi reduzido. Ademais, o mecanismo de financiamento da Lei Sarney se resumia, basicamente, em impostos devidos por empresas ao governo; ou seja, “o próprio Estado propunha que os recursos fossem buscados pretensamente no mercado, só que o dinheiro em boa medida era

22 A campanha das Diretas Já ocorreu durante o ano de 1984 e tomou as grandes capitais do país através de comícios que, como no caso de São Paulo, chegaram a reunir um milhão de pessoas. A emenda constitucional foi apresentada pelo deputado Dante de Oliveira mas foi derrotada em plenário. As grandes lideranças pelo movimento de eleições diretas para presidente da república foram Ulysses Guimarães, Tancredo Neves, Mario Covas, Leonel Brizola, Fernando Henrique Cardoso, Lula, entre outros.

público, decorrente do mecanismo de renúncia fiscal” (RUBIM, 2007, p. 24). Nessa nova concepção, o Estado aparentemente cresce, mas o mercado ganha poder de decisão – configuração que permanece em parte até os dias atuais.

No final da década, em 1989, deu-se a primeira eleição direta para presidente desde 1960. Fernando Collor de Mello, governador de Alagoas, lançou sua campanha pelo Partido da Renovação Nacional (PRN), baseada numa plataforma neoliberal e moralizadora²³, vencendo assim o candidato do Partido dos Trabalhadores (PT) Luiz Inácio Lula da Silva, que representava os setores mais à esquerda.

Collor assumiu em março de 1990 como primeiro presidente eleito pelo voto direto pós-ditadura. Uma de suas políticas de governo, além das impactantes decisões no campo econômico, foi extinguir a Embrafilme. “A concepção política adotada por Collor tratou a cultura como um ‘problema de mercado’ eximindo o Estado de qualquer responsabilidade nesta área” (MARSON, 2009, p. 17). Ainda que a Embrafilme estivesse num processo de crise, o seu fechamento representou o fim de um ciclo para o cinema brasileiro. A produção de filmes chegou a quase zero e as etapas de distribuição e exibição foram seriamente afetadas.

Foram também fechadas fundações e empresas públicas tais como: Conselho Nacional do Cinema; Fundação Nacional de Artes Cênicas; a Fundação do Cinema Brasileiro; a Fundação Nacional Pró-Leitura; e o Conselho Federal de Cultura. A Fundação Pró-memória e o SPHAN foram transformados em Instituto Brasileiro do Patrimônio Cultural, e a Funarte, em Instituto Brasileiro de Arte e Cultura (IBAC), e a Medida Provisória 151/90 pôs fim aos incentivos governamentais no setor. O Ministério da Cultura foi reduzido, novamente, a uma secretaria do Ministério da Educação.

Preceitos neoliberais, somados a uma “fobia ao estatal” pós-ditadura, resultaram na desarticulação entre Estado e diversos setores culturais. Vale destacar que uma parte considerável da classe cinematográfica apoiou tal política²⁴.

A política neoliberal afetou de maneira direta a circulação da mercadoria cinematográfica tanto em nível internacional quanto nacional. Este processo foi

23 Collor adquiriu visibilidade com uma “caça aos marajás” de seu estado. Tratava-se de reduzir os salários milionários que alguns setores do funcionalismo público recebiam. Cercado por um grupo jovem de políticos pouco conhecidos e economistas que prometiam resolver os problemas brasileiros, ele era a antítese da política de Sarney, associado a um modelo antigo, acusado de corrupção e incompetente politicamente.

24 Para aprofundar a análise, cf. SOUZA, José Inácio de Melo. “A morte e as mortes do cinema brasileiro e outras histórias de arrepiar”. In: Revista USP, São Paulo, no 19, set./nov. 1993, p. 54.

fruto de uma série de adaptações que aconteceram na ponta do mercado, a exibição comercial, depois passando por outros segmentos da indústria. (GATTI, 2005, p. 9).

Esse processo, ocorrido nos anos 1990 na indústria cinematográfica brasileira, foi consequência de uma série de mudanças locais e globais. A cultura passou a ser alimentada pelos Estados e municípios, e nesse momento²⁵, “Mercado é a palavra mágica que substitui o Estado, ‘ineficiente’ e ‘corrupto’, inclusive na área da cultura” (PONTES *apud* RUBIM, 2007, p. 24).

Após cerca de dois anos de governo, uma série de denúncias de corrupção associada a uma severa recessão econômica que levou a uma hiperinflação, provocaram grande instabilidade política no país que acabou com o processo de *impeachment* de Collor.

1.1.6. O poder decisório do mercado, os fomentos indiretos e renúncia fiscal

Ainda durante o governo Collor, já imerso neste processo de crise, o presidente substituiu Ipojuca Pontes, responsável pelo desmonte da Embrafilme, pelo intelectual Sérgio Paulo Rouanet na Secretaria da Cultura.

A Lei de Incentivos Fiscais do governo Sarney havia sido interrompida em função de denúncias e a classe artística reivindicava seu retorno. Rouanet, então, “reeditou as medidas de incentivo cultural com base na dedução do imposto de renda, mas reformulou a legislação para evitar que se repetissem as fraudes e irregularidades que aconteciam com a Lei Sarney” (MARSON, 2009, p. 42). A nova legislação levou seu nome: Lei Rouanet. Dela, destacam-se dois artigos, 18 e 26. O Artigo 18, direcionado à cultura, no que tange ao audiovisual, abrange obras de curta e média metragem. O Artigo 26 apoia vários setores culturais e atinge a produção cinematográfica de longa-metragem.

Ainda no governo Collor, em 1991, foi criado o programa Nacional de Apoio à Cultura (Pronac), de certa forma retomando os investimentos do governo na cultura. Apesar dessas medidas, os escândalos de corrupção e a crise econômica e política resultaram, como já foi referido, no processo de *impeachment* de Fernando Collor e o levaram a renunciar em 1992.

O vice-presidente, Itamar Franco, tomou posse, e foi progressivamente retomando o diálogo entre a classe artística e o Estado, reativando, entre outras coisas, o Ministério da

²⁵ É importante lembrar que a Constituição de 1988 deu ao município o *status* de ente federativo. Desta forma, a cultura, o patrimônio histórico, a memória imaterial, passaram a ser objeto de políticas compartilhadas entre União, estados e municípios. Se por um lado foi ampliado o leque de atores a serem atuantes no setor, por outro abriu-se um vácuo com a retirada da União como coordenadora e fonte maior dos recursos.

Cultura e dentro dele criando a Secretaria para o Desenvolvimento do Audiovisual (SDAv). É nesse momento que se a elaboração da Lei nº 8.685/93, a chamada Lei do Audiovisual, uma legislação específica para o setor. Suas modalidades de auxílio estão descritas nos artigos 1º, 1ºA, 3º, 3ºA e 39. Os efeitos desta lei serão percebidos a partir de 1995, já durante o plano real no governo Fernando Henrique Cardoso.

Esse novo processo de políticas para a cultura foi baseado em renúncia fiscal, em que empresas poderiam optar por investir uma parte de seus impostos devidos em produtos culturais. Pelas novas regras, as produtoras que poderiam executar o projeto deveriam ser empresas brasileiras²⁶ e independentes²⁷ ou ainda em regime de coprodução²⁸ nacional ou internacional²⁹, e as empresas que poderiam investir, pela lei, seriam empresas públicas ou privadas tributadas em lucro real³⁰. Desta maneira, a empresa investidora que fosse tributada em lucro real deveria pagar seu Imposto de Renda e, deste montante, poderia direcionar até 4% para o investimento incentivado em cultura.

Como consequência desse sistema, o que ocorreu na prática foi que somente empresas de grande porte, como Petrobras, Bradesco e BNDES, conseguiam investir em cultura – cenário que permanece até os dias atuais. Esses mecanismos de fomento federais têm correlatos nas esferas estadual e municipal, os quais operam com a renúncia de impostos de sua jurisdição.

As leis de incentivo, quando de sua concepção, tinham um tempo previsto para acabar, visto que haviam sido criadas para um momento difícil vivido pelo cinema brasileiro que, esperava-se, iria passar. Segundo Lia Bahia, a ideia era elas vigorarem por dez anos, até que o mercado se tornasse autossustentável e independente do Estado. Essas leis foram direcionadas para a produção de filmes e, portanto, não havia um cuidado com as demais etapas, como distribuição e exibição. Na perspectiva de Carlos Augusto Calil, nesse período “o cinema brasileiro é mais dependente do Estado do que na época da Embrafilme, tida como intervencionista, dirigista e todos os outros ‘istas’ que se possa imaginar” (BAHIA, 2012, p. 69).

26 Capital social majoritário nas mãos de brasileiros natos ou naturalizados.

27 Produtor majoritário sem vínculo direto ou indireto com emissora de TV ou operadoras de TV por assinatura.

28 No caso de uma coprodução, o produtor majoritário e minoritário devem seguir as normas da Ancine (DDC Ancine n. 95/2010).

29 As coproduções internacionais devem seguir as normas de acordos internacionais de coprodução.

30 São maneiras de tributação do Imposto de Renda pelas empresas. Esta tributação pode ser pelo lucro real, sobre valores realizados, ou lucro presumido, que é sobre projeções.

Embora houvesse nesse período a Lei do Audiovisual e a Lei Rouanet, ambas baseadas em renúncia fiscal, não havia um órgão em plano nacional que gerisse a cultura – algo que será reivindicado pelo setor e que dará origem futuramente à Agência Nacional do Cinema (Ancine). (BAHIA, 2012, p. 29).

Apesar da existência de outros fatores que contribuíram para o processo de retomada do cinema brasileiro em meados dos anos 1990, como o Prêmio Resgate, a criação da Riofilme e a participação dos polos regionais, é possível afirmar que os dois mecanismos de incentivo – o art 25 da Lei Rouanet e o art 1º da Lei do Audiovisual – representaram a espinha dorsal do novo modelo de fomento à atividade cinematográfica no período. (IKEDA, 2015, p. 21).

Com essas medidas, um novo arcabouço legal, fundido nos moldes neoliberais, passou a ser trabalhado e implantado de modo a legislar na autêntica “terra arrasada” deixada pelo governo Collor. “Tinha início o processo da conformação de uma nova política, mais voltada para as leis de mercado, na qual o Ministério tinha cada vez menos poder de interferência” (CALABRE, 2007, p. 95).

No governo Fernando Henrique Cardoso, a partir de 1995, se deu a estabilização do modelo de incentivos fiscais, que se consolidou nos seus 8 anos de governo como uma política cinematográfica efetiva. Dessa forma se estabelecia que os recursos proviriam do Estado, no entanto a decisão de quanto investir e em que, seria do mercado. Esse modelo, que buscava dar uma resposta às críticas e às acusações de clientelismo, típicas do período da Embrafilme, traziam como pressuposto a aproximação com o setor privado (IKEDA, 2015). Na gestão de Itamar Franco havia 72 empresas que usavam leis de incentivo; no governo Fernando Henrique Cardoso, passaram a 235 em 1995, 614 em 1996, e 1.133 em 1997, apesar de registrarem uma queda nos dois anos seguintes. Essa redução, segundo Rubim (2007, p. 27), foi resultado do processo de privatização de empresas estatais no governo de FHC, visto que no Brasil o investimento em cultura é majoritariamente de empresas estatais e governamentais. Para o autor, esse modelo de financiamento merece críticas: além da dificuldade de se conseguir recursos privados, havia uma grande concentração regional, visto que a maioria dos recursos iam para Rio de Janeiro e São Paulo.

Entretanto, esses problemas não impediram que a partir de 1995 se passasse a falar numa “retomada” do cinema brasileiro. Os incentivos fiscais aumentaram o número de filmes realizados, mas “seriam necessários cerca de dois anos até que os primeiros filmes realizados com recursos das leis de renúncia fiscal fossem produzidos e levados às telas,

dando início ao fenômeno que seria conhecido como a retomada do cinema brasileiro” (BARONE, 2009, p. 90)³¹. Ainda que o governo Fernando Henrique Cardoso tenha conquistado uma estabilidade econômica para o país, com o fim da inflação e um retorno de consumo por parte das classes menos favorecidas, na gestão de seu ministro Francisco Weffort se consolidou a prática de destinar à iniciativa privada o poder de decisão de quais projetos culturais deveriam ser incentivados.

É importante fazer menção à criação da Globo Filmes, em 1998, tendo em vista o impacto que ela irá causar no mercado cinematográfico nacional. Isto fica evidente nos dados: as maiores bilheterias do cinema nacional têm coprodução da Globo Filmes. A Globo Filmes atuará através da coprodução e investirá nos filmes através de recursos indiretos, oferecendo serviços disponíveis em sua grade de programação. Neste tipo de atuação, ela tem poder de intervenção na obra, uma vez que se torna sócia da mesma. Nesta categoria, ela oferece divulgação do filme em seus intervalos comerciais através do *cross media* (uma divulgação dentro de um programa televisivo da rede) ou através de um serviço de consultoria (derivado de sua expertise no auxílio aos projetos). Também nesses acordos podem ceder seus atores, que, depois da criação da empresa, passaram a contar com contratos mais restritos para atuação em outros projetos que não ligados à emissora. Assim, uma vez que o filme seja coproduzido com a Globo Filmes, há mais chances de a produção obter um bom retorno de público. A contrapartida a isso é que a empresa garante para si parte dos direitos. Ela recebe através de despesas de comercialização da obra, fazendo parte dos direitos patrimoniais do filme ou ainda com a exclusividade da primeira exibição em sua ampla programação. Ela também pode atuar em regime de apoio – um modelo criado em 2004 após receber críticas do setor em função do perfil de produções que vinham sendo auxiliadas pela empresa. Segundo Ikeda (2017), este mecanismo de apoio destina-se a filmes que já estejam prontos, com uma distribuidora e data de lançamento previsto. Dessa maneira, a Globo Filmes passou a apoiar produções de orçamento médio na busca de atenuar as críticas recebidas e receber apoio da categoria.

Um dos argumentos favoráveis à Globo Filmes é o fato de ela ter força para competir com os grandes lançamentos estrangeiros num mercado dominado pelas *majors*. Lia Bahia considera o filme *O Auto da Compadecida* um marco na relação entre cinema e televisão, visto que foi inicialmente lançado como série (em janeiro de 1999) e, depois, como

³¹ Neste momento teremos uma redução drástica de salas de cinema passando de 1.365 em 1996, para 1.075 em 1997 (BARONE, 2009, p. 91).

filme (em setembro do mesmo ano) para exibição em sala de cinema. Coproduzido pela Globo Filmes, o filme se tornou um sucesso nacional, com mais de 1 milhão de espectadores, mesmo tendo a série sido exibida primeiramente na televisão. Depois dessa experiência, tal prática tornou-se comum, e outros programas da emissora viraram filme, por exemplo *Os normais* (2003), ou filmes viraram série, caso de *Cidade de Deus* (2002), que foi transformado em uma série para TV intitulada *Cidade dos Homens* (4 temporadas, de 2002 a 2005).

Depois de alguns anos de leis de incentivo, o livre mercado já não era a melhor opção e o Estado passou a ser visto como fundamental para o desenvolvimento do setor.

O sistema de incentivo fiscal criado a partir de 1991 com a Lei Rouanet, e ampliado com a Lei do Audiovisual em 1993 encontrava um grande distúrbio para sua manutenção, pois a situação econômica de 1999 reduziu o montante de imposto pago pelas empresas, além de encarecer a produção cinematográfica, diminuindo a oferta financeira para a produção de filmes e ao mesmo tempo aumentando o orçamento destes. Ficou evidenciado que as leis de incentivo não poderiam ser a única forma de mecanismo para o desenvolvimento da cadeia econômica cinematográfica. Apesar da importância destas para a retomada do cinema brasileiro em meados da década de 1990, principalmente a Lei do Audiovisual, faltou uma maior ação da política cinematográfica nos campos de distribuição e exibição para o surgimento de um ciclo que retroalimentasse o sistema cinematográfico brasileiro. (ALVARENGA, 2010, p. 18).

Foi criada uma Subcomissão do Cinema no Senado, onde membros da casa e pessoas do setor do cinematográfico se reuniram em alguns encontros entre 1999 e 2000 para discutir a situação do setor. Embora as leis de incentivo tenham sido fundamentais para a retomada do cinema brasileiro depois da difícil década de 90, o modelo apresentava problemas que seriam apontados por agentes do mercado nesta subcomissão.

Em uma das reuniões realizadas, o cineasta Nelson Pereira dos Santos apresentou sua interpretação sobre o quadro em que se encontrava o cinema brasileiro:

Assistimos aos diversos ciclos se fechando porque o cinema brasileiro, seja ele financiado pelo Estado ou pela iniciativa privada, não consegue o retorno do investimento no próprio mercado. E não há condições de termos cinema sem o mercado interno.

A grande questão é a seguinte: existe um mercado interno no Brasil, que é muito bom e há também a possibilidade desse mercado crescer, na medida em que milhões de brasileiros comecem a ser incorporados ao mercado de consumo existente. O cinema brasileiro pode existir apenas dentro do seu próprio mercado desde que tenha condições, tenha salas, tenha acesso à distribuição e video home, tenha acesso ao espaço na televisão.

Acredito que estamos vivendo novamente esse problema, quer dizer, o ciclo está terminando, e não conseguimos vencer ainda a questão da distribuição e da exibição. (ALVARENGA, 2010, pp. 23-24).

Entre os problemas apontados pelos agentes do mercado falou-se: em uma legislação focada exclusivamente na produção, onde as etapas de distribuição e exibição não receberiam a mesma atenção; no tempo que durava entre a captação e a realização de uma obra, o que comprometia seu ciclo econômico e não contribuía para cultivar no espectador o hábito de consumir sua própria cinematografia; no custo do processo de modernização das salas de cinema; na falta da parceria entre cinema televisão.

Um outro ponto apresentado foi o fato de o sistema de estímulos públicos dar ao mercado o poder decisório sobre que obra financiar. Isso fica evidente na fala de Roberto Farias, na mesma comissão:

O Governo resolveu criar um subsídio para o cinema brasileiro. Para quem que foi dado? Para o empresário, para as indústrias, para os grandes comerciantes, supermercados, fabricantes de não sei o quê. A chamada lei do audiovisual não é dada para o cineasta, que continua como pedinte, tendo que oferecer o seu roteiro, falar com o diretor de marketing da empresa para saber se ele quer ou não entrar. Normalmente, isso é sabido, isso tem um custo que não é oficial. E ainda tem mais: se você tem um filme agressivo, um filme que vai criticar algum aspecto político, algo de contestação moral, de contestação social, não interessa porque não corresponde à imagem da empresa. (ALVARENGA, 2010, p. 26).

Segundo Alvarenga (2010), havia, naquele momento, por parte do setor do cinema, uma visão crítica sobre o andamento do Ministério da Cultura sob o comando de Francisco Weffort. Gustavo Dahl defendia a criação de uma Secretaria Nacional da Política Audiovisual, um órgão estatal que agiria de forma descentralizada, diferente da Embrafilme, a fim de desenvolver políticas e representar os interesses do setor, que foi a origem da futura Agência Nacional do Cinema (Ancine)³².

Ainda neste momento, segundo Alvarenga (2010), o governo propôs ampliar a Lei do Audiovisual para as emissoras de televisão e radiodifusão – o que fez com que o setor se sentisse ameaçado pela possibilidade desse desequilíbrio de forças. Esse fato, somado aos encontros no Senado, à crise da lei de incentivo e à falta de políticas direcionadas aos três elos da cadeia (produção, distribuição e exibição), colaboraram para o surgimento do III Congresso Brasileiro de Cinema (III CBC), realizado em 2000 em Porto Alegre.

32 De acordo com Alvarenga, Gustavo Dahl planejou a criação de um órgão administrativo direto, e não indireto, como seria futuramente, uma vez que uma agência reguladora pertence a segunda categoria. (ALVARENGA, 2010, p. 50).

Havia uma maior clareza da necessidade de criar-se um órgão direcionado ao cinema. O primeiro congresso havia ocorrido em 1952 e um segundo no ano seguinte, portanto o III CBC acontecia quase 40 anos depois. Presidido pelo cineasta Gustavo Dahl, contou com profissionais do campo da produção, distribuição, exibição, técnicos, membros de TVs públicas e privadas, assim como críticos e pesquisadores.

Entre os itens do relatório final fica evidente o desejo de um retorno mais efetivo da participação do Estado, sendo importante “criar, no âmbito governamental, um órgão gestor da atividade cinematográfica no Brasil, com participação efetiva do setor e com finalidades amplas de ação como agente formulador de políticas e de informação, agente regulador e fiscalizador de toda a atividade e agente financeiro³³”. Após o III CBC, no mesmo ano, foi criado o Grupo Executivo de Desenvolvimento da Indústria do Cinema (GEDIC), uma tentativa de institucionalizar as propostas do congresso, órgão este que seria a futura Ancine.

1.1.7. A criação da Ancine

Ainda durante o governo Fernando Henrique Cardoso, em 2001, foi criada a Agência Nacional do Cinema (Ancine) pela Medida Provisória 2228-1³⁴ e, com ela, inaugurou-se uma nova etapa para o audiovisual brasileiro.

Esta medida provisória criou igualmente o Conselho Superior do Cinema³⁵; criou também o Prodecine³⁶ (Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional), alterou

33 Disponível em: <<http://culturadigital.br/cbcinema/institucional/historico/3%C2%BA-congresso-brasileiro-de-cinema/>>. Acesso em: mai/2018.

34 Disponível em: <http://planalto.gov.br/CCivil_03/MPV/2228-1.htm>. Acesso em: jul/2018.

35 “O Conselho Superior do Audiovisual era vinculado a Casa Civil da Presidência da República e era composto por sete ministros de Estado (da Justiça; das Relações Exteriores; da Fazenda; da Cultura; do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior; das Comunicações; e da Casa Civil da Presidência da República, que preside o Conselho), além de cinco representantes da indústria cinematográfica e videofonográfica nacional a serem designados por decreto, para mandato de dois anos, permitida uma recondução”. Suas competências eram: “[...] I - definir a política nacional do cinema; II - aprovar políticas e diretrizes gerais para o desenvolvimento da indústria cinematográfica nacional, com vistas a promover sua autossustentabilidade; III - estimular a presença do conteúdo brasileiro nos diversos segmentos de mercado; IV - acompanhar a execução das políticas referidas nos incisos I, II e III; e V - estabelecer a distribuição da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica – Condecine – para cada destinação prevista em lei”. (ALVARENGA, 2010, p.77). Embora segundo o autor, as ações do Conselho foram em parte prejudicadas em função do tempo que esses ministros tinham para dedicar ao campo, o que resultou que na prática, a Ancine executar as proposições da Medida Provisória sem que houvesse uma orientação por parte desses ministros.

36 Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Nacional (Prodecine) que se destina a captar e aplicar recursos necessários ao fomento de projetos de produção, distribuição, comercialização e exibição de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente, projetos de infraestrutura técnica para a atividade cinematográfica e o Pagamento do Prêmio Adicional de Renda, que se torna outra forma de incentivo baseada na renda dos filmes nacionais nas salas de exibição.

o Condecine³⁷ (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional), determinou os princípios da Política Nacional do Cinema³⁸ e criou os Funcines³⁹ (Fundos de Financiamento da Indústria Cinematográfica Nacional).

Num primeiro momento as ações da Ancine não foram efetivas, pois tratava-se de uma etapa de implementação da Agência. Segundo Alvarenga (2010), diferentemente das demais agências reguladoras – que eram consequências de demandas do governo e em geral não tinham agentes do setor – a Ancine nasce de uma demanda do setor e conta com profissionais do cinema em seus quadros.

Houve visões diferentes no setor sobre a qual ministério a Ancine deveria pertencer, Ministério da Cultura (MinC) ou Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, e em 2003 ela foi efetivamente vinculada à primeira pasta.

Esse novo momento para o cinema e audiovisual brasileiro contou com três elementos: a Ancine, cuja função é regular, fiscalizar e fomentar o setor cinematográfico buscando desenvolver sua indústria; o Conselho Superior do Audiovisual, cuja função principal é elaborar políticas para o setor; e a Secretaria do Audiovisual⁴⁰ (SAV), subordinada ao Ministério da Cultura, que entre outras atividades também é responsável pelas propostas de

37 “O texto da Medida Provisória da criação da ANCINE restabelecia a Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional – CONDECINE como principal fonte para o financiamento do setor. No entanto, a arrecadação do tributo era direcionada para o Orçamento Geral da União e depois repassada para o custeio da agência, por via orçamentária. A nova lei criou o Fundo Setorial do Audiovisual – FSA e redirecionou a Condecine diretamente para o abastecimento desse fundo, definindo sua aplicação como exclusiva no desenvolvimento do setor audiovisual. É a mesma lógica seguida por outros países que regulamentam o setor, como França e Inglaterra: as receitas geradas pelo audiovisual são redistribuídas no sentido de equilibrar forças de mercado e garantir premissas básicas, como a presença de conteúdo nacional e a diversidade.” ANCINE. *Uma nova política para o audiovisual: Agência Nacional do Cinema, os primeiros 15 anos*. 1.ed. Rio de Janeiro: Agência Nacional do Cinema, 2017, p. 41. Disponível em: <<https://www.ancine.gov.br/pt-br/conteudo/uma-nova-politica-para-o-audiovisual-ag-ncia-nacional-do-cinema-os-primeiros-15-anos>>. Acesso em: maio/2018.

38 “A Política Nacional do Cinema definida no artigo 2º da Medida Provisória tem como base os seguintes princípios gerais: I – promoção da cultura nacional e da língua portuguesa mediante o estímulo ao desenvolvimento da indústria cinematográfica e audiovisual nacional; II – garantia da presença de obras cinematográficas e videofonográficas nacionais nos diversos segmentos de mercado; III – programação e distribuição de obras audiovisuais de qualquer origem nos meios eletrônicos de comunicação de massa sob obrigatória responsabilidade editorial de empresas brasileiras; e IV – respeito ao direito autoral sobre obras audiovisuais nacionais e estrangeiras”. (ALVARENGA, 2010, pp. 74-75).

39 Estes fundos funcionam com base na renúncia fiscal tanto para pessoas físicas, quanto para pessoas jurídicas em regime de tributação pelo lucro real, propondo a formação destes por grupos que vislumbassem atividades de retorno financeiro na cadeia cinematográfica e videofonográfica brasileira. A inclusão dos Funcines na Medida Provisória é uma vitória das discussões estabelecidas na Subcomissão do Senado e no III CBC, em que se considerava tal instrumento um incentivo para estruturar grupos financeiros, principalmente na área de distribuição, em que as empresas nacionais eram muito pouco capitalizadas ao serem comparadas com as *majors*. Funcines foram regulamentados pela Agência Nacional de Cinema (Ancine) através da Instrução Normativa no 17, no dia 07 de novembro de 2003. (ALVARENGA, p. 82).

40 Regimento Interno da Secretaria do Audiovisual: < http://www.cultura.gov.br/legislacao/-/asset_publisher/siXI1QMnlpZ8/content/regimento-interno-da-secretaria-do-audiovisual/10937>. Acesso em: mai/2018.

políticas ao setor, assim como por acompanhar sua execução e atuar no setor da preservação de obras cinematográficos.

A agência conta com um diretor-presidente e outros três diretores, além de um conjunto de secretarias e superintendências, cada uma com um conjunto bastante amplo de atribuições: Executiva, Políticas de Financiamento e Gestão Interna. A Ancine também conta com as Superintendências: a) de Registro, b) de Análise de Mercado, c) de Fiscalização, d) de Fomento e e) de Desenvolvimento Econômico.

Desde sua criação, a Ancine vem ampliando suas políticas e ações, tendo aprovado marcos regulatórios importantes, dentre os quais podemos citar: a Lei 11.437 que permite a existência do Fundo Setorial do Audiovisual; a Lei 12.485 (Lei da TV Paga), que possibilitou a regulamentação da TV por assinatura; a Lei 12.599, que entre outras ações criou o programa Cinema Perto de Você e Cinema da Cidade, que busca ampliar o número de salas de cinema em cidades de porte médio e bairros populares, assim como o Programa Brasil de Todas as Telas, que conta com linhas de investimento a fim de colaborar no desenvolvimento do setor.

Outro aspecto importante na regulamentação do setor é a cota de tela. Esta já variou muito ao longo de sua existência. Nos anos 70 chegou a ser de 133 dias, momento em que o Estado – pelas mudanças da Emenda Constitucional de 1969 – teve maior papel de interventor nas atividades privadas (LUCA, 2010, p. 139). Esta obrigatoriedade fez com que a produção de filmes nacionais aumentasse muito visando a ocupação dessa cota (cerca de 100 filmes por ano, segundo o autor), e também gerou alguns conflitos entre exibidores e Estado, com o argumento de que as empresas estavam sendo prejudicadas. Com a criação da Ancine, estabeleceu-se uma série de metas para essas cotas, forma de fiscalização e normatização, sendo que o número de dias obrigatórios passou a ser determinado anualmente. O mesmo varia conforme o número de salas que possui o complexo⁴¹. Embora a cota de tela seja uma das políticas reais de proteção ao filme brasileiro, ela tem se mostrado ineficaz no que diz respeito à exibição, considerada exígua por muitos diretores. Na opinião de parte dos produtores e realizadores, ela é insuficiente e não os tem auxiliado a colocar seus filmes em cartaz. Por outro lado, outros profissionais do setor argumentam que a legislação impõe limitações, pois tem obrigado o exibidor a lançar filmes que podem não dar retorno, o que se traduz em prejuízo.

41 Para mais detalhes de cota por tela: <<https://ancine.gov.br/pt-br/legislacao/decretos/decreto-no-9256-de-29-de-dezembro-de-2017>>. Acesso junho 2018.

1.1.7.1. Fundo Setorial do Audiovisual

O Fundo Setorial do Audiovisual, criado pela Lei 11.437 em 2006, representou uma mudança no modelo de financiamento de renúncia fiscal implementado no Brasil desde a redemocratização. Como foi visto acima, a renúncia fiscal foi um modo de o Estado conceder recursos públicos para o audiovisual através das empresas, mas deixando em suas mãos a escolha de quais projetos e com qual montante seriam ajudadas. Com o FSA, o Estado volta a ter o poder de decisão sobre os projetos que seriam financiados.

[...] é possível afirmar que o estabelecimento do Fundo Setorial do Audiovisual representa uma reação ao papel do Estado na promoção das políticas audiovisuais conforme estabelecido desde o início dos anos 90. Aqui, trata-se, pela primeira vez desde a retomada, da proposição de uma política estatal sistêmica, com linhas de ação definidas pelo próprio Estado. [...]

Se o Estado passa a ter direito a parte do retorno financeiro com a exploração comercial do projeto, é importante ressaltar que ele não se torna detentor de direitos patrimoniais; o retorno do capital apenas faz parte da lógica de retroalimentação financeira do Fundo, na busca de sua autonomia financeira. (IKEDA, 2015, pp. 228-229).

O FSA possui quatro linhas de ação principais, três delas (A, C e D) destinadas ao cinema, e a outra (B), ao audiovisual:

LINHA A – Destinada à realização de obras cinematográficas de longa-metragem de ficção, documentário ou animação de produção independente, cujo propósito seja a exibição inicial em sala de cinema.

LINHA B – Destinada à realização de obras audiovisuais seriadas de ficção, documentário e animação, além de telefilmes documentários de produção independente, para o mercado da televisão. Busca estimular a produção independente e a sua presença na televisão.

LINHA C – Destinada à realização de obras cinematográficas de longa-metragem de ficção, documentário ou animação de produção independente; o diferencial é que as propostas sejam apresentadas por distribuidoras brasileiras independentes.

LINHA D – Destinada à comercialização de obras cinematográficas de longa-metragem de ficção, documentário ou animação de produção independente para exploração em todos os segmentos de mercado, com destinação inicial às salas de exibição.

O Fundo Setorial conta ainda com o Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (PRODAV), que destina recursos à produção, distribuição e

comercialização de obras audiovisuais nacionais independentes. Até 2017, o programa possuía 14 Prodav abarcando principalmente a produção de obras nacionais para o mercado de televisão, obras seriadas, criação de núcleos criativos, destinação de recursos em função do desempenho comercial e artístico, e produção de jogos eletrônicos.

O Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Cinema Brasileiro (PRODECINE), que também faz parte do FSA, tem como foco de ação fomentar a produção, distribuição, exibição e comercialização de obras cinematográficas nacionais independentes. Em 2017, esse programa contava com 10 linhas de atuação, sendo o foco em produção de longas-metragens de todos os gêneros, em obras com inovação na linguagem e relevância artística, além da sua comercialização e projetos de coprodução.

O Fundo Setorial do Audiovisual tornou-se o principal instrumento de financiamento do setor.

1.1.7.2. A Ancinav: uma tentativa de regulamentação

Havia um projeto de transformar a Ancine (Agência Nacional do Cinema) em Ancinav (Agência Nacional do Cinema e do Audiovisual), visto que a TV havia ficado fora da medida provisória que criara a Agência. Neste item apresentaremos alguns aspectos dessa proposta, sem entrar em sua integralidade, visto que se trata de um projeto amplo.

O início do governo Lula, cercado de otimismo e perspectiva de mudanças políticas, associados à popularidade do novo presidente, se mostrava um momento adequado para apresentar uma proposta de regulamentação do setor, mesmo havendo o reconhecimento de que ela poderia causar forte polêmica. Nesse anteprojeto a Ancine seria transformada em Ancinav e a proposta era incluir a televisão em uma política conjunta com o cinema, reivindicação antiga do setor. Havia, no projeto, a intenção de regulamentar o audiovisual como um todo, e não especificamente o cinema.

Fazia parte fiscalizar e fomentar, estimular o setor audiovisual de forma mais abrangente, ampliando o apoio para os setores da exibição e distribuição. O anteprojeto foi elaborado com a participação ativa do ministro da Cultura, Gilberto Gil, do secretário do Audiovisual, Orlando Senna, do secretário-executivo, Juca Ferreira, do coordenador da assessoria, Sérgio Sá Leitão, assim como técnicos e membros do ministério.

O projeto foi discutido durante 14 meses, tendo sido objeto de uma consulta pública por dois meses e enviado ao Conselho Superior do Audiovisual numa primeira versão

em 2004. Após receber algumas críticas, foi alterado e depois novamente enviado ao CSA, passando por mais algumas instâncias de análise antes de ser enviado ao Congresso Nacional. Resumidamente, pode-se dizer que o anteprojeto da Ancinav tinha como objetivo fomentar e regular toda a cadeia audiovisual e não apenas o cinema, englobando a televisão, publicidade e serviços de telecomunicação.

Havia também no anteprojeto a iniciativa de criação de um Sistema de Informação e Monitoramento das Atividades do Audiovisual, que envolveria, por exemplo, a exigência de que os profissionais do setor efetuassem um registro na Agência a fim de realizarem suas atividades. Com essas e outras informações a Ancinav teria condições, por exemplo, de gerar futuras políticas mais direcionadas.

Segundo Fernandes (2014) outro aspecto previsto pela Ancinav no âmbito da televisão e que gerou polêmica, tendo de ser mudado ainda no anteprojeto, foi a proposta que exigia que os canais de televisão exibissem obras cinematográficas e videofonográficas nacionais de produção independente e regional. Dessa forma, a mudança resultou no seguinte artigo:

Art. 90 - As prestadoras de serviços de radiodifusão de sons e imagens e outras prestadoras de serviços de telecomunicações exploradoras de atividades audiovisuais que exibirem em sua programação regular uma percentagem anual mínima, não inferior a 20%, de obras cinematográficas e videofonográficas brasileiras de produção independente e de produção regional, de obras cinematográficas brasileiras de longa metragem de produção independente, farão jus a uma redução progressiva na Condecine prevista pelo inciso I do *artigo 60* para suas produções próprias exibidas no próprio veículo, no ano subsequente, conforme regulamento. (FERNANDES, 2014, pp. 82-83).

Segundo dados de 2009 do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual⁴², o tempo destinado ao longa-metragem brasileiro na televisão aberta brasileira representa 0,7% da grade horária dos canais; já o reservado ao longa estrangeiro é de 5%; e os demais programas ocupam mais de 90%. Isso denota a quase inexistência de filmes nacionais na televisão aberta no Brasil.

A proposta da Ancinav foi veementemente criticada pela mídia em geral, especialmente pela Rede Globo, que se empenhou em desacreditá-la, com argumentos denunciando o autoritarismo da proposta, ataque à liberdade de expressão, e que o Estado

42 O Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) é um espaço criado em 2008 pela Agência Nacional do Cinema (Ancine) para publicar de maneira periódica e sistemática informações e análises técnicas sobre a atividade audiovisual no país.

buscava o controle sobre o conteúdo exibido à população. Qualquer tentativa de delimitar alguns campos ou obrigações na atuação da mídia brasileira tem sofrido sistemático combate e denunciado como censura de Estado. Mesmo no caso da TV, que é uma concessão pública, qualquer regulamentação proposta é imediatamente rechaçada como ataque ao direito de expressão e à liberdade de imprensa.

A televisão no Brasil é contrária a qualquer tentativa de regulação do setor, dificultando o acesso da produção independente, diversificada e regional. Quando projetos de lei tentam garantir direitos da produção independente e regional, os defensores da manutenção da não regulamentação logo associam essas reivindicações a palavras vinculadas à memória traumática do país, como ‘censura’ e ‘cerceamento à liberdade de expressão’ e, assim, proclamam a autorregulamentação do mercado. (HOLANDA, 2013 pp. 69-70).

Fernandes (2014) resgata uma matéria de 2004, divulgada na Revista Veja, cujo título permite sentir o tom de crítica que realizavam à Ancinav naquele momento: “Um desastre de lei: O projeto que cria a Ancinav é tão autoritário que não adianta tentar reformá-lo: o melhor mesmo é jogá-lo fora”. Em parte da matéria é dito: “O caso, então, não é discutir quais artigos do projeto descartar, e sim decidir se o correto seria picá-lo todo em pedacinhos ou guardá-lo no museu do entulho stalinista” (FERNANDES, 2014, pp. 101-102). Exemplos de publicações são inúmeros, colunistas de semanários, jornais, âncoras de TV falavam todos no mesmo tom, com os mesmos argumentos.

Elucidativa também é a coluna de Arnaldo Jabor no jornal *O Globo*, que diz:

Esse surto de leninismo que incendiou a alma simples dos petistas ultimamente, esse ataque recente à “democracia burguesa” que o governo de Lula lançou contra a sociedade, a fome dos “soviéticos” de Gil, embuçados e severos contra o cinema e a TV. (*apud* FERNANDES, 2014. p. 106).

Como faria a Globo caso a Ancinav tivesse sido aprovada? Ela, que realiza dentro de sua própria estrutura toda sua programação e está acostumada a somente exibir alguns poucos filmes nacionais que ela realizou via Globo Filmes com sua programação verticalizada? O crime cometido pela Ancinav foi ousar exigir que existisse uma cota para filmes nacionais na televisão aberta nacional, algo já instituído em países como a França. Inclusive, pela proposta da Ancinav, os canais poderiam escolher a programação que estivesse mais de acordo com sua grade de programação. A lei só proporia a cota, não haveria qualquer interferência sobre criação e suas opções conceituais ou direcionamento político dos

conteúdos. Buscava-se com a Ancinav um setor igualitário onde o monopólio não fosse uma regra.

Segundo o diretor e produtor José Joffily, nos países europeus o conteúdo exibido na televisão é comprado das produtoras de audiovisual, ou seja, a TV não produz sua programação, tornando-se parceira – a televisão é parceira de 90% dos filmes produzidos na Europa. Para ele, “[...] a questão aqui é mais grave porque, ao contrário dos outros países do mundo, a televisão não sofre qualquer legislação, e a produção não é terceirizada para produtores independentes. Na realidade, no Brasil, a própria emissora é, mais do que tudo, uma grande produtora” (*apud* BORGES, 2007, p. 82).

Para Fernandes (2014, p. 115) a discussão em torno da Ancinav também criou divisões em parte do setor. Um exemplo é o caso do CBC, que fez uma declaração pública de apoio ao anteprojeto da Ancinav – o documento contou com a assinatura de 344 pessoas e de 55 instituições e entidades – o que provocou a saída de algumas associações ligadas ao CBC, como por exemplo o Sindicato da Indústria Cinematográfica e Audiovisual do Rio de Janeiro (SICAV). Do outro lado, havia um conjunto de 17 associações, reunidas no Fórum do Cinema e Audiovisual (FAC), como a ABRACINE (Associação Brasileira de Cinemas) e ABRADI (Associação Brasileira de Distribuidores Independentes de Audiovisual) que eram contrários a aprovação.

Outro ponto de conflito na Ancinav era a taxação sobre a exploração de obras cinematográficas nas salas de exibição que aumentava de acordo com o número de cópias – ou seja, filmes com grande potencial comercial que estreavam simultaneamente em várias salas seriam taxados em maior porcentagem.

O conjunto de ações contrárias, unido à influência que o setor televisivo tem no Congresso Nacional, resultou no engavetamento do projeto em 2006. Com isso, postergou-se a tentativa de regular a televisão no país, o que poderia ter sido um importante aliado na construção de um mercado nacional do audiovisual, algo que, como no caso da França, possibilita que o cinema nacional seja viável economicamente. Para além das cotas e outros elementos que não detalhamos aqui sobre a Ancinav, esta propunha ampliar as condições de uma produção audiovisual, assim como a sua proteção, através de um equilíbrio de forças mais justo. A Ancinav não encontrou a força política para ser aprovada, principalmente pelo fato de o Brasil ser um país que traz historicamente a radiodifusão e, por extensão, a teledifusão como poderosos aliados das elites que governam o país, o que lhes concede, como

corolário, enormes poderes econômicos, políticos, e grande influência no tecido social. Famílias vinculadas à política detêm, em muitas regiões, o controle dos meios de comunicação.⁴³ Além dessa dimensão política, o setor é dos que apresenta maior nível de concentração abrangendo não apenas rádio, TV's, jornais, revistas, mas outras atividades econômicas ligadas ou não ao audiovisual.

1.2. O documentário na televisão

Neste item analisaremos primeiramente o Programa DOCTV, resultado de uma política pública exemplar direcionada para o documentário na televisão. Num segundo momento, abordaremos os mecanismos de incentivo fiscal focados no documentário para a televisão, e finalizaremos analisando brevemente a Lei da TV Paga.

1.2.1. O documentário e a televisão: o caso do DOCTV

Historicamente, desde que estão presentes nos lares, os canais de televisão foram gradativamente tomando conta do mercado de entretenimento de modo geral e, especificamente, assumiram posição hegemônica no mercado cinematográfico.

Houve alguns momentos em que o documentário fez sua aparição na televisão brasileira, caso da Caravana Farkas, grupo de jovens realizadores que nos anos 60, no ambiente do Cinema Novo e em plena Ditadura Militar, centrados na figura do produtor e fotógrafo Thomaz Farkas, realizaram um conjunto de documentários no Nordeste brasileiro a fim de mostrar um Brasil até então pouco retratado.

Um conjunto de médias-metragens foi agrupado em um longa-metragem intitulado *Brasil Verdade* e lançado em 1968 tendo como objetivo o mercado de salas. Com a experiência adquirida, Farkas vai a partir do ano seguinte realizar uma série de dezenove curtas-metragens chamada *A condição brasileira* que “busca viabilizar a produção de documentários que seriam depois vendidos ou alugados às escolas, explorando um mercado de cerca de duzentas cópias, o que pagaria os filmes”⁴⁴ (RAMOS, 2004, p. 92).

Segundo Holanda “os cineastas da Caravana Farkas foram convidados, assim como outros, a dirigir programas para o recém criado *Globo Shell Especial* e, logo em seguida, *Globo Repórter*”. (2013, p. 12). A pesquisadora cita igualmente a série de

43 São paradigmáticos os casos das famílias de Antônio Carlos Magalhães na Bahia e Collor de Mello em Alagoas.

44 RAMOS, Fernão Pessoa. “Cinema Verdade no Brasil”. In: TEIXEIRA, Francisco Elinaldo (Org.). *Documentário no Brasil*. São Paulo: Summus, 2004.

documentários dos anos 1970 *Hora da Notícia* que contava com nomes como Vladimir Herzog e João Batista de Andrade (2013, p. 13).

Entre os anos 1980 e 1990, o documentário também esteve ligado a movimentos sociais em um cenário de redemocratização do país, assim como em cineclubes, sindicatos e associações. Nesse momento, algumas produtoras começaram a produzir para a televisão, como é o caso da Videofilmes, criada pelos irmãos João Moreira Salles e Walter Salles nos anos 1980, que começaram a atuar no mercado realizando produções para televisão como *China, o império do centro* (1987) e *América* (1989) para a Rede Manchete.

Nesse processo, João Moreira Salles, no final dos anos 1990, realizaria *Notícias de uma guerra particular* (1999), exibido exclusivamente na televisão.

Notícias de uma guerra particular (1999) foi exibido pelo GNT, foi feito pensando-se no canal a cabo. Hoje em dia ele não seria exibido no GNT. O GNT virou outra coisa, um canal de serviço, feminino. Não sei onde o *Notícias* se encaixaria na TV fechada, talvez só no Canal Brasil. A televisão brasileira não é parceira do documentário para exibição.” (SALLES, 2010).

Holanda cita algumas das produtoras que começaram sua atuação nos anos 1980:

Em São Paulo, a TVDO, de Tadeu Jungle, Walter Silveira, Ney Marcondes, entre outros; e a Olhar Eletrônico, de Fernando Meirelles, Paulo Moreli, Marcelo Tas. Em Olinda, a original TV Viva. Em Recife, já nos 1990, a Parabólica Brasil, de Adelina Pontual, Cláudio Assis e Marcelo Gomes, para destacar algumas. (HOLANDA, 2013, p. 13).

A televisão desenvolveu-se, desde o início de suas atividades, com insuficiente regulamentação, e não se conseguiu uma estratégia que aproximasse o cinema da televisão, e, sob esse aspecto, a produção independente sofre ainda mais, como é o caso de boa parte dos documentários. Contrariamente àquilo que acontece em outros países, a França por exemplo, no Brasil o cinema e a televisão sempre foram setores que, de certa forma, se mantiveram afastados. O cinema nacional como um todo ocupa pouco espaço na televisão, e a situação torna-se mais crítica quando se fala do documentário. Esse cenário mudou progressivamente com a Lei da TV Paga, que estabeleceu cotas de exibição de programação nacional dentro dos canais.

Apesar dessa relação distante, é preciso mencionar algumas exceções na nossa história relacionando documentário e televisão. Por exemplo, o Programa Doc TV, o qual, embora tenha deixado de existir, foi uma política fundamental para estreitar a relação entre a

produção independente de documentários e a televisão pública. A iniciativa foi criada em 2003 pela Secretaria do Audiovisual, que, naquele momento era comandada pelo realizador Orlando Senna (2003-2007). Além de longa experiência no campo prático do cinema, com uma produção premiada, Senna foi um dos colaboradores na implementação da *Escuela Internacional de Cine Y TV - San Antonio de Los Baños*, em Cuba, assumiu a Empresa Brasil de Comunicação (EBC), que gere a TV Brasil, presidiu a TAL (Televisão América Latina) e, mais recentemente, a direção do canal CineBrasilTV, focado em conteúdo nacional independente.

O DOCTV buscava incentivar a produção de documentários em vários estados do país que seriam posteriormente exibidos na televisão pública atingindo todo o território nacional. Segundo Orlando Senna, o “DOCTV foi desenhado em fevereiro de 2003, apenas um mês depois da posse do governo Lula e quando ainda estávamos, o Ministro Gilberto Gil e eu, montando nossas equipes”. (CAETANO, 2011, p.15). Um dos elementos mais importantes desse programa era a sua perspectiva de descentralização da produção, visto que desenvolvia os mercados regionais através de produção de filmes das várias regiões, assim como fomentava uma formação profissional do setor, através de oficinas que eram ministradas por profissionais renomados no audiovisual, através das oficinas de formatação de projetos. Foram realizadas 67 oficinas para trabalhar a formatação dos projetos que atenderam aproximadamente 2000 diretores. Entre os profissionais renomados podemos citar Eduardo Coutinho, Jean-Claude Bernardet, Giba Assis Brasil e Geraldo Sarno (CAETANO, 2011, p.13).

A origem do programa data de um Seminário organizado por Orlando Senna em 2002 e com a participação da classe artística, onde foi apresentada a situação do setor. Entre outras coisas, colocou-se a necessidade de abrir espaço na grade televisiva para a produção independentemente e o fomento da produção regional. Segundo Orlando Senna,

lembrando que cheguei à Secretaria do Audiovisual com a base de um plano de políticas públicas embaixo do braço, já aprovada por Lula e Gil: o relatório do Seminário Nacional do Audiovisual, que havia trabalhado em dezembro de 2002 sobre as propostas dos Congressos Brasileiros de Cinema III e IV, realizados em 2000 e 2001. (CAETANO, 2011, p.15).

Segundo Holanda, “um dos aspectos do DOCTV mais festejado pelos realizadores é a integração da produção independente com a TV, uma relação historicamente tensa no

Brasil, sobretudo quando se fala em criação de marcos que regulamentam a participação dos independentes na programação televisiva” (2013, p. 69).

O programa, além de realizar essa integração nacional, fomentava o setor em cada região uma vez que previa uma parceria entre Governo Federal e Estados, algo que, segundo Senna (2011), incluía negociações políticas quando se tratava de governo da oposição. Nesse processo de rede e de estratégias políticas foram assinados convênios de cooperação entre a TV Cultura e o Ministério da Cultura, com a Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (ABEPEC), assim como uma parceria com a ABD (Associação Brasileira de Documentaristas). Além disso, foram instalados polos estaduais geridos pelos canais e documentaristas. (CAETANO, 2011, pp. 17-18).

O programa tornou-se referência para outros países e, a partir de 2006, foi multiplicado, nascendo assim o DOCTV Ibero-América, hoje chamado de DOCTV América Latina, que envolve a coprodução e teledifusão em 13 países latino-americanos, Portugal e Espanha; o DocTV CPLP (Comunidades dos Países de Língua Portuguesa); e o DocTV Colômbia.

Como consequência do próprio espírito que norteou a sua concepção, outro aspecto importante do DOCTV foi o seu acesso direto ao público. Um estudo intitulado Balanço DOCTV, que buscou mapear esses dados, segundo informações da TV Cultura e IBOPE, revelou importantes informações.

[...] pelo relatório *Balanço DocTV - 2003-2006*, as duas primeiras edições tiveram alcance domiciliar médio de 4,5%. O relatório informa ainda que “alcance domiciliar médio” refere-se ao percentual médio de domicílios diferentes que assistiram, pelo menos, a um minuto por filme e que cada ponto percentual corresponde a uma média de 51 mil domicílios na Grande São Paulo. Sabe-se que esses valores são bastante significativos para a TV pública e bastante elevados para o documentário, acostumado a índices irrisórios de audiência quando exibidos em salas de cinema. Se nas salas comerciais, muitas vezes, um filme documentário não alcança sequer um mil espectadores, na televisão, de acordo com tais dados relativos ao DocTV, fala-se em cerca de 230 mil domicílios”. (HOLANDA, 2011, p. 61).

Segundo Renato Nery, houve igualmente a tentativa de venda desses filmes em feiras internacionais, que no entanto não prosperaram – isso demandaria mais recursos do projeto, gasto que não estava previsto inicialmente. Mas houve algumas vendas, como para o Canal Brasil ou para o Canal GNT e, nesse processo, o valor da venda era dividido entre autor, produtora, emissora local e um fundo para financiar novas produções do Ministério da

cultura, o que engendrava um ciclo econômico de retorno ao setor (HOLANDA, 2011, pp. 63-64).

O DOCTV no Brasil foi encerrado sem ter tido tempo hábil de demonstrar completamente seu potencial econômico e sua premissa de buscar a autossustentabilidade. Embora fora do país o programa seguisse, a última edição brasileira ocorreu em 2010.

1.2.2. O financiamento do documentário

Dentre os procedimentos de financiamento de documentários no Brasil, podemos tratar dos mecanismos indiretos, as Leis de Incentivo, a linha PRODAV (Programa de Apoio do Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro) proposta pelo Fundo Setorial do Audiovisual e, finalmente, os mecanismos federais, municipais e estaduais que, dependendo da região, realizam edições com prêmios ou editais específicos.

a) Leis de incentivo que buscam atrelar cinema e televisão

Uma das razões para o aumento do número de documentários nas salas de cinema no país presentes nos anos 2000 se deve ao fato de existirem mecanismos de incentivo mais direcionados a obras cinematográficas – como é o caso do Artigo 1º da Lei do Audiovisual, segundo dispositivo mais acionado entre todos os documentários exibidos em sala de cinema de 1995 a 2016 (R\$ 56 milhões), perdendo apenas para o Artigo 1º A igualmente da Lei do Audiovisual (R\$ 60,7 milhões). Embora este último seja o mais recorrente mecanismo utilizado pelos documentários exibidos em sala, ele também foca em médias e curtas-metragens, minisséries⁴⁵, telefilmes⁴⁶, obras seriadas⁴⁷ e programas de TV de caráter educativo e cultural, sendo portanto igualmente utilizado pelo setor na realização de documentários para a televisão.

Na primeira década do ano 2000, podem ser destacados três mecanismos de incentivo à produção independente de documentários para serem exibidos em televisão instituídos pelo Ministério da Cultura ou em parceria com ele, atendendo demanda dos produtores: a regulamentação do artigo 39 da Medida Provisória 2228-1 (desde 2001), que concede isenções fiscais às programadoras estrangeiras de televisão por assinatura que produzem em parceria com os independentes, assim como o Artigo 30. A, da Lei do Audiovisual (Lei 8685/93), um modelo similar de

45 Obra documental, ficcional ou de animação produzida em película ou captação digital, ou meio magnético com no mínimo 3 e no máximo 26 capítulos, com duração máxima de 1.300 minutos.

46 Obra documental, ficcional ou de animação, com no mínimo 50 e no máximo 120 minutos de duração, produzida para primeira exibição em meios eletrônicos.

47 Obra que, sob o mesmo título, seja produzida em capítulos.

parceria com os independentes, só que com a televisão aberta. (HOLANDA, 2011, p. 21).

Através do Artigo 39, empresas programadoras de TV a cabo estrangeiras ficam isentas de pagar o Condecine⁴⁸, desde que destinem 3% do valor da remessa de lucros a obras cinematográficas e videográficas independentes brasileiras, programas de televisão com viés educativo e cultural independente, minisséries e telefilmes. Este mecanismo tem a intenção de aproximar as empresas estrangeiras do mercado nacional através de benefícios. Mesmo que esteja aberto a produções de todos os gêneros, a ficção é a que mais fez uso deste recurso, por meio de produtoras como O2 e Conspiração. Embora esse dispositivo busque colocar a programação nacional em canais internacionais, a concentração deste mercado acabou não colaborando com a proposta do mecanismo, uma vez que as empresas que podem efetivamente investir não passam de 4, sendo que uma única operadora (HBO) concentra 43% dos recursos (IKEDA, 2012, p. 11).

Quanto ao artigo 3º-A da Lei do Audiovisual, este também é um mecanismo de renúncia fiscal, que igualmente procura incentivar empresas de TV a investirem parte de seus impostos devidos na produção ou coprodução de obras audiovisuais independentes nacionais. Ele foi incluído na Lei do Audiovisual no final de 2006 e regulamentado em dezembro de 2007. O dispositivo incide sobre empresas de televisão aberta e programadoras de TV por assinatura, sejam nacionais ou estrangeiras, e lhes permite investir até 70% dos impostos que devem (derivados da compra dos direitos de exibição de eventos e obras audiovisuais). O montante devido pode ser alocado para o investimento em projetos nacionais de produção independente de longas-metragens cinematográficos, ou em coproduções de obras brasileiras independentes (audiovisuais ou cinematográficas) de curta, média e longa-metragem, documentários, telefilmes e minisséries.

O artigo 3º-A é, portanto, basicamente uma forma de estimular a integração da televisão com o cinema e a produção independente no Brasil, auxiliando essas obras a serem produzidas e facilitando sua exibição na programação televisiva nacional e estrangeira. No entanto, esse mecanismo está sujeito às mesmas críticas de qualquer modalidade de renúncia fiscal aplicada à cultura: o Estado investe seu dinheiro, pois abre mão de impostos que lhe seriam pagos, em produções que são escolhidas por entidades privadas. Ou seja, os recursos são públicos, mas a ‘curadoria’ é privada. Deixar essa escolha nas mãos das empresas e

48 Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional.

programadoras de televisão pode provocar desequilíbrios, pois só serão auxiliadas obras compatíveis com os valores éticos, estéticos e ideológicos do ‘curador’. O risco que se apresenta aqui é de ter uma parcela de obras audiovisuais independentes que serão ignoradas, seja por suas características estéticas, seja pelos valores que propugnam. Contudo, feita essa ressalva, é importante reconhecer que o artigo 3º-A tem o mérito de motivar os investimentos no setor, estimulando a produção independente e parcerias entre produtores, emissoras e programadoras e TV.

Editais também são uma maneira frequente de realizar documentários, no entanto, a regularidade e disponibilidade deles é bastante inconstante. Os editais de fomento destinado ao setor audiovisual podem ser federais, regionais ou municipais. A sua regularidade depende desde a disponibilidade orçamentária da união e dos estados, assim como princípios político-partidários em relação à cultura.

b) O Programa de Apoio do Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro (PRODAV) do FSA

Com a criação do Fundo Setorial do Audiovisual em 2006, nasceu também a possibilidade de ampliar os recursos a todos os setores da atividade audiovisual. O FSA tem programas focados em segmentos da indústria através de diversas linhas de ação, inauguradas em 2008 e ampliadas em 2013. Dentre os programas do Fundo Setorial do Audiovisual, cita-se: PRODECINE – Programa de Apoio do Desenvolvimento do Cinema Brasileiro; PRODAV – Programa de Apoio do Desenvolvimento do Audiovisual Brasileiro e PROINFRA – Programa de Apoio ao Desenvolvimento da Infraestrutura.

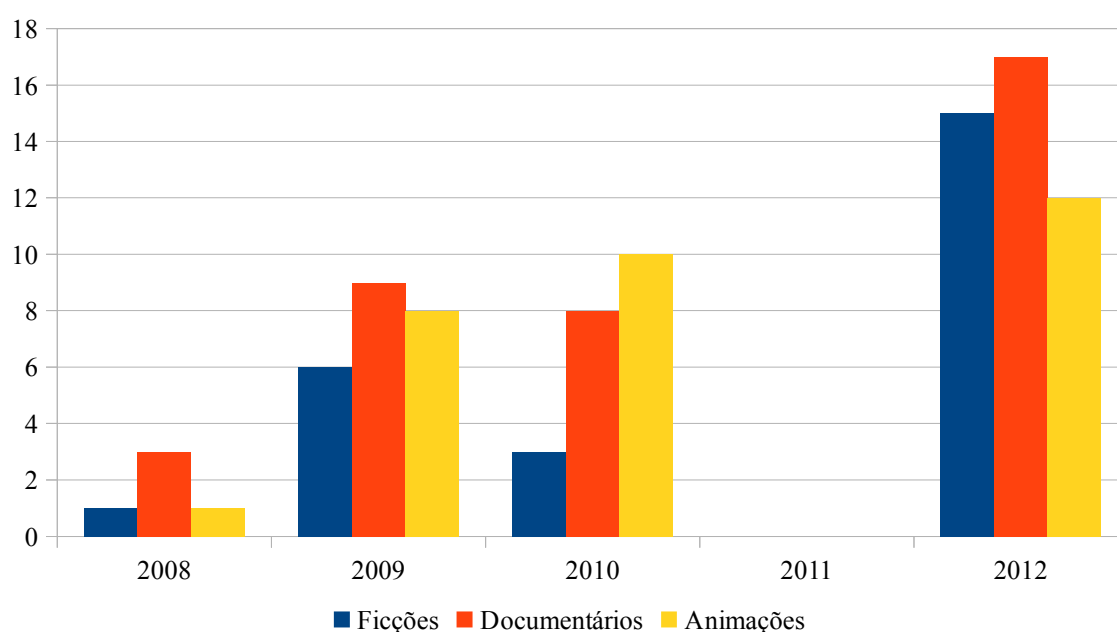
O foco proposto aqui é mostrar dentro desses programas aquilo que pode ser usado para financiar documentários destinados à televisão. O (PRODAV) apresenta algumas linhas que têm este objetivo, das quais podemos citar três. A primeira é a *Linha B – Produção de obras audiovisuais destinadas ao mercado da televisão*. Destinada à criação de obras audiovisuais independentes direcionadas à TV, contempla obras seriadas de ficção, documentário e animação, além de telefilmes documentários. A segunda intitula-se *Desenvolvimento de Projetos* e abarca o desenvolvimento de projetos de obras audiovisuais de produção independente que podem ser seriadas e não seriadas. Destina-se à televisão aberta e por assinatura, salas de cinema e vídeo por demanda. E, por fim, há a *Produção de Conteúdo para TVs Públicas*, cujo foco são projetos de produção independente de obras audiovisuais

brasileiras, sendo que o destino inicial é o “campo público de televisão (segmentos comunitário, universitário, legislativo e emissoras que exploram o serviço de radiodifusão pública e televisão educativa”. Esta linha visa a atender uma demanda por programação de setores da televisão universitária, comunitária e regionais⁴⁹.

Esse é um gráfico onde podemos verificar como se comportou o repasse de recursos para o documentário entre os anos de 2008 e 2012 especificamente da Linha B.

Gráfico 1 – Fundo Setorial Linha B (2008-2012)

Produção independente de obras cinematográficas para a TV



Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

Para o funcionamento do FSA são necessários agentes financeiros (instituições financeiras credenciadas pelo Comitê Gestor), que vão gerir e movimentar os recursos do fundo, executando suas linhas de ação. No ano de 2011 não foram lançadas linhas em função da mudança de agente financeiro do FSA: a Finep (Financiadora de Estudos e Projetos) foi o primeiro agente financeiro do FSA e realizou as chamadas de 2008 a 2010; no entanto, em 2010 deixou de ocupar este cargo que passou ao BNDES, que não lançou linhas em 2011.

⁴⁹ Segundo consta no site do FSA, essa demanda foi “mapeada conjuntamente pela ANCINE, Empresa Brasil de Comunicação (EBC), Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura (SaV/MinC), Associação Brasileira da Televisão Universitária (ABTU), Associação Brasileira de Canais Comunitários (ABCCOM) e Associação Brasileira das Emissoras Públicas, Educativas e Culturais (Abepec), de acordo também com as vocações regionais identificadas”. Disponível em: <<https://fsa.ancine.gov.br/>>. Acesso em: mai/2018.

1.2.3. Lei da TV Paga e algumas considerações

Uma transformação importante no capítulo mais recente das relações entre o cinema e a televisão foi a aprovação, em 2011, durante o governo Dilma Rousseff, da Lei 12.485⁵⁰, conhecida como a Lei da TV Paga. Ela representou um marco regulatório dos serviços de TV por assinatura no Brasil, criando uma obrigação de exibição de produção nacional nos canais fechados, numa tentativa de tornar a produção nacional acessível aos assinantes.

As cotas são aplicadas no chamado espaço qualificado, o qual é definido negativamente, ou seja, por aquilo que ele não é. Conforme o inciso XII do artigo 2º da lei, trata-se do “espaço total do canal de programação, excluindo-se conteúdos religiosos ou políticos, manifestações e eventos esportivos, concursos, publicidade, televentas, infomerciais, jogos eletrônicos, [...] conteúdos jornalísticos e programas de auditório ancorados por apresentador”.⁵¹ Além disso, a lei define as obras audiovisuais de espaço qualificado como “aquelas, seriadas ou não, dos tipos ficção, documentário, animação, *reality show*, videomusical e de variedades realizada fora de auditório” (LIMA, 2015, pp. 46-47). Finalmente, define como canal de espaço qualificado aquele que veicule as obras acima descritas em mais da metade de seu horário nobre de programação (das 11h às 14h e das 17h às 21h, em canais para crianças, e das 18h à 0h nos demais).

A lei estabelece dois tipos de cotas, por pacote e por canal. A primeira exige que 1/3 dos canais de espaço qualificado ofertados no pacote seja brasileiro, sendo que destes canais nacionais, 1/3 deve ser programado por programadora nacional independente, e “ao menos dois por pacote devem veicular 12 horas diárias de conteúdo nacional independente” (HOLANDA, 2013, p.10). Esta cota é obrigatória somente até o limite de 12 canais brasileiros.

Já a cota de canal estabelece que os canais de TV por assinatura que exibem conteúdo de espaço qualificado em seu horário nobre terão que veicular semanalmente 3h30 de conteúdo nacional, sendo 50% de produções independentes.

Os recursos utilizados nas produções que serão exibidas na televisão provêm do FSA, e têm auxiliado a fomentar esta produção que se destina à televisão, como a linha A e B

50 Íntegra disponível no site: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2011-2014/2013/Lei/L12933.htm>. Acesso em: mai/2018.

51 Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/CCIVil_03/_Ato2011-2014/2011/Lei/L12485.htm>. Acesso em: jul/2018.

do Prodav. A Ancine fiscaliza o cumprimento dessas cotas pelos canais, sem que haja interferência no conteúdo.

Segundo Sousa, “a demanda por mais de mil horas de programação anual fez com que se ampliasse de maneira significativa o campo de atuação da produção independente. Desde a aprovação da lei, a ABPI⁵² registrou um aumento da ordem de 200% no número de associados” (2016, p. 61). Esse aumento nessa demanda amplia igualmente o número de empresas interessadas em trabalhar no audiovisual, e por consequência, profissionaliza aquelas que já estão no mercado, o que pode ter contribuído com o aumento no número de associados da ABPI desde a aprovação da lei. Ademais, é importante pontuar que esse aumento no número de profissionais reunidos em uma instituição deve igualmente contar positivamente como força política pela luta de direitos da categoria.

Os números referentes à TV paga passaram a ser organizados e disponibilizados pelo Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual⁵³. É um trabalho que envolve a organização dos dados de programação enviados mensalmente pelos canais que é, portanto, bastante recente. Nesta pesquisa não aprofundaremos essas informações, pois elas demandariam um estudo inteiro à parte destes números, e já existem pesquisas sendo feitas especificamente sobre essa recente legislação. O objetivo aqui é mostrar que esses dados, embora ainda muito recentes, estão sendo produzidos, e tecer algumas breves considerações sobre o efeito dessa legislação na presença das produções documentais nos canais fechados.

É importante pontuar que o documentário, através da lei da TV Paga, passou a ocupar a televisão com mais força. Embora já existissem alguns canais que exibissem documentários, ou ainda os coproduzissem, como é o caso do Canal Brasil, isso se constitui em exceção em um mercado repleto de canais internacionais que exibem majoritariamente filmes estrangeiros.

Podemos afirmar que, com a Lei da TV Paga, abriu-se um espaço para a exibição de documentários das seguintes formas: aqueles que foram exibidos em sala de cinema anteriormente agora podem ter a TV como a sua segunda janela;⁵⁴ filmes históricos ou que

52 A Associação Brasileira de Produtoras Independente de Televisão (ABPITV) mudou seu nome em 2016 para BRAVI (Brasil Audiovisual Independente).

53 Dados mensais sobre a TV paga disponíveis no site: <<https://oca.ancine.gov.br/resultados-mensais-tv-paga>>. Acesso em: jun/2018.

54 Os exemplos abaixo fazem parte da tabela Listagem de Obras Brasileiras Veiculadas na TV Paga por Mês e por Canal – 2016. Essa listagem foi extraída a partir dos relatórios de programação dos canais que compõem as amostras dos Resultados Mensais da TV Paga e foi disponibilizada por Cainan Baladez para esta pesquisa. Dentre os longas-metragens documentais exibidos em 2016, podemos citar: Canal Film e Arts (canal argentino que cobre o território Latino Americano) exibiu: *Uma longa Viagem* (2012) e *O Samba que mora em mim*

foram lançados há mais tempo em sala também podem encontrar espaço em canais especializados; e a produção nacional de documentários longas-metragens, telefilmes,⁵⁵ séries, para os canais, através dos recursos do FSA focados na TV, tem seu número ampliado com este destino.

Segundo Cainan Baladez, coordenador do OCA,

é possível observar pelos dados publicados no OCA que o documentário ainda encontra espaço no mercado de salas de exibição. Ainda que o resultado de bilheteria possa ser considerado baixo, o mercado exibidor continua programando documentários em suas salas em uma quantidade próxima à exibição de ficções. Já no mercado de TV Paga o documentário apresenta grande inserção, inclusive com canais com programação dedicada exclusivamente a este tipo de obra audiovisual.⁵⁶

Abaixo apresentamos alguns dados levantados sobre os resultados da Lei 12.485. A partir de 2016, o Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA) passou a fazer um relatório mensal sobre a TV Paga que mensura, entre outras informações, a presença da programação brasileira nos canais pagos de televisão. Nele, podemos verificar como está a situação da difusão de obras nacionais no cenário pós-Lei da TV Paga. O relatório de dezembro de 2017, por exemplo, contabilizou as informações de 15 canais nacionais e 82 internacionais de espaço qualificado.⁵⁷ No acumulado anual, foram registrados 2.225 títulos brasileiros exibidos, excluídas as reprises.

Nos canais brasileiros, 53,3% da programação foram destinados a conteúdos nacionais (dos quais 31% obras independentes). Em horas, isso significa 96h40min por semana. Nos canais estrangeiros, este índice ficou em 8% (4,1% independentes), o que corresponde a 11h30min de programação nacional por semana. Se analisada exclusivamente a faixa do horário nobre (das 18h à 0h), os percentuais sobem: nos canais nacionais, para

(2011). O canal History 2 exibiu documentários com um perfil mais histórico que se encaixaram no perfil do canal: *O dia que durou 21 anos* (2013), *Tancredo Neves- a travessia* (2011), *Utopia e barbarie* (2010) e *Cássia Eller* (2015). O canal THC The History Channel exibiu os já citados *Tancredo Neves- a travessia* (2011) e *Utopia e barbarie* (2010). O Eurochannel exibiu os documentários *Doutores da Alegria* (2005) e *Amazônia desconhecida* (2013). O canal BBC Earth exibiu o filme *500 Almas* (2007) e *Amazônia eterna* (2014). O canal nacional Arte 1 exibiu *Jogo de cena* (2007), *Oscar Niemeyer – a vida é um sopro* (2007), *Dominguinhos* (2014), *O diário de sintra* (2009), *Fabricando Tom Ze* (2007) e *Janela da Alma* (2002). O Paramount Channel o documentário *A música segundo Tom Jobim* (2012). O canal HBO Family exibiu o *Elena* (2013).

55 Telefilme, segundo a Ancine é uma obra documental, ficcional ou de animação, com no mínimo 50 (cinquenta) e no máximo 120 (cento e vinte) minutos de duração, produzida para primeira exibição em meios eletrônicos.

56 Comunicação pessoal feita por e-mail em 2017.

57 Canais de espaço qualificado são aqueles que exibem obras audiovisuais de espaço qualificado em mais da metade de seu horário nobre de programação. A definição mais detalhada foi dada no capítulo 1, subitem “1.2.3. Lei da TV Paga e algumas considerações”.

67,8%, e nos internacionais, para 15,5%, em ambos também havendo preponderância de conteúdos independentes.

A lei da TV Paga, vale lembrar, estabelece que os canais nacionais devem veicular no horário nobre no mínimo 21 horas semanais de conteúdo brasileiro, das quais ao menos 10h30 devem ser de obras independentes. No cenário de 2017, foram destinadas 29h07min semanais à programação nacional, sendo que 18h54min foram de produções independentes. Isso demonstra que os canais estão veiculando não apenas o que exige a legislação, mas razoavelmente mais, um cenário positivo para a programação nacional.

No que diz respeito aos canais estrangeiros, a mesma conjuntura favorável pode ser vista. No caso deles, a lei obriga a veiculação de 3h30 semanais de conteúdo brasileiro, das quais ao menos 1h45 devem ser de obras independentes. Na média de 2017, foram contabilizadas 5h37min por semana de programação nacional, das quais 4h14min para produções independentes. Se lembrarmos que os canais pagos de televisão estrangeiros são a grande maioria no mercado do Brasil, essa margem positiva de horas de conteúdo nacional se torna ainda mais relevante.

Finalmente, vale ressaltar que, das dez obras brasileiras com mais horas de programação no horário nobre dos canais nacionais, duas delas são programas documentais; e quando analisamos o mesmo dado nos canais estrangeiros, vemos que cinco das obras são documentários. Porém, afora esta discriminação entre documentários e outros tipos de produções, o OCA não estabelece uma separação por gênero nos dados disponibilizados.

CAPÍTULO II – O documentário brasileiro, uma análise dos dados estatísticos do mercado

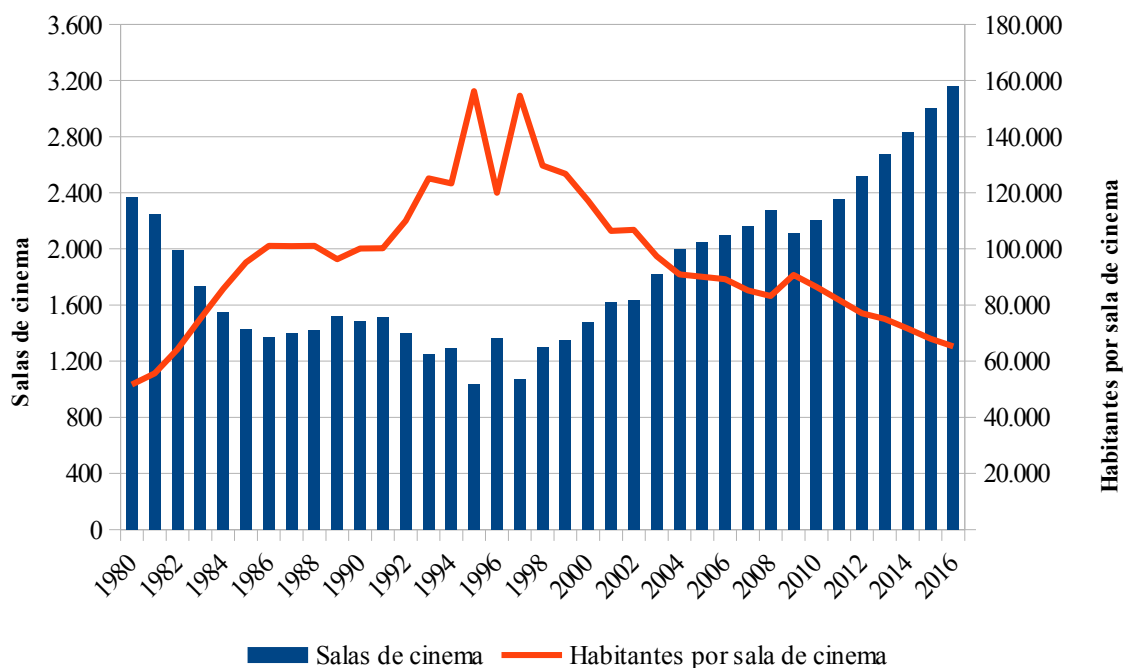
Buscaremos neste capítulo 2 apresentar como se comporta o documentário nacional nos mercados cinematográfico e televisivo brasileiro. Primeiramente vamos analisar os cenários das salas de cinema no país; num segundo momento avaliaremos o desempenho do documentário nacional na sala de cinema e, finalmente, abordaremos a relação do documentário com a televisão.

2.1. O atual estágio do mercado de salas de cinema no Brasil

2.1.1. O fechamento das salas de cinema e a retomada do crescimento

Para uma melhor compreensão do cenário cinematográfico nacional das últimas décadas, já que dele faz parte o documentário, nosso objeto, e a fim de situá-lo dentro deste universo, torna-se importante conhecer alguns números gerais referentes a este setor.

Em meados dos anos 1970, como já tratado no capítulo 1, o Brasil passou por uma crise no número de frequentadores das salas de cinema e o resultado foi o fechamento de muitos desses espaços. Traçaremos aqui um paralelo entre a evolução da população brasileira de cada período e o número de salas de cinema. Se em 1975 o Brasil alcançou o auge de seu parque exibidor, com 3.276 salas, podemos ver no gráfico 1 abaixo que a mudança desse cenário foi acelerada: apenas seis anos depois, esse número já havia caído para 2.244. O final dos anos 1980 representou um momento de alterações políticas e sociais no país e o fechamento de salas de cinema se mostrou rápido e vertiginoso, num movimento contrário ao aumento do número da população brasileira, o que resultou em menos salas por habitantes. Conforme podemos analisar no gráfico, nos anos 1980 havia uma sala de cinema para cada 50 mil habitantes, enquanto em 1995, momento mais agudo da crise, este índice piorou bastante, chegando a apenas uma sala para cada 160 mil habitantes.

Gráfico 2 – Salas de cinema e habitantes por sala no Brasil (1980-2016)

Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

Esse processo de fechamento de salas coincidiu com a política de abertura de mercado iniciada no governo Collor e mantida por Fernando Henrique Cardoso. Isso colaborou com a entrada no mercado brasileiro de empresas internacionais de exibição, que rapidamente cresceram em meio a um conjunto de salas nacional já bastante degradado. Com isso surgiu um setor mais moderno do ponto de vista tecnológico, como o modelo Multiplex⁵⁸ de salas, que foi pouco a pouco sendo instalado. No caso do Cinemark, principal grande rede a entrar no mercado nacional, esse processo se iniciou no interior paulista, ainda pouco explorado, e depois foi ocupando as capitais, onde muitas das redes de cinema nacionais já não existiam.

Nos anos 2000, uma conjuntura de fatores econômicos internacionais fez com que a expansão do circuito exibidor norte-americano em território nacional sofresse limitações. O fato que freou a referida expansão foi, marcadamente, a quebra da bolsa Nasdaq. Este mercado no qual as grandes empresas de alta tecnologia mantinham suas ações, entrou em crise e atingiu diretamente as redes de exibição. Sem dúvida, a quebra da Nasdaq é

⁵⁸ Multiplex são complexos com diversas salas de cinema. As telas são interligadas e as bilheteria e o saguão, onde são vendidos produtos alimentícios, são geralmente comuns a todas as salas. Com essa disposição, a empresa consegue economizar em mão-de-obra: poucas pessoas são suficientes para operar várias salas.

considerada um dos maiores desastres financeiros da história das bolsas norte-americanas, vindo a frear e readequar o modelo de fluxo de capitais, em especial das empresas que operam com alta tecnologia em eletrônica, informática, telecomunicações, biotecnologia etc. Em função disso, a expansão das grandes empresas estrangeiras voltadas para a exibição foi freada, fazendo com que circuitos exibidores menores pudessem se desenvolver e disputar o mercado dos *multiplex* no Brasil. Segundo Luca (2010), cinco das dez maiores empresas exibidoras americanas pediram concordata com essa crise.

Os exibidores nacionais perceberam que teriam que se atualizar tecnologicamente para fazer frente às empresas já estabelecidas no setor. Para tanto, seriam desenvolvidos complexos de salas mais modernas.

Se analisarmos os 20 maiores exibidores que atuam no mercado brasileiro e o número de salas segundo dados de 2017, podemos verificar que as duas maiores redes, que são internacionais, Cinemark⁵⁹ e Cinépolis, juntas representam 30% (986 salas) do total de salas de cinema existentes no país. Em terceiro e quarto lugar teremos as redes Kinoplex (antigo Severiano Ribeiro) com 202 salas e a Araújo com 150 salas, ambas nacionais.

Uma figura central para a exibição da produção nacional no cinema, e portanto do documentário, é Adhemar Oliveira, que iniciou sua carreira como cineclubista nos anos 1980, tendo programado o Cineclube Bexiga em São Paulo e o Macunaíma no Rio de Janeiro. Construiu sua trajetória profissional entre Rio de Janeiro, onde colaborou na fundação do Cineclube Estação Botafogo, e São Paulo, onde criou, no início dos anos 1990, o Espaço Unibanco, que virou uma referência no circuito de arte. Boa parte da produção documentária exibida em sala contou com estes espaços que estão espalhadas em várias regiões do país. Principal nome do circuito alternativo brasileiro, a rede conta hoje com 57 salas. Abaixo listamos os 20 maiores circuitos.

59 A rede Cinemark nasceu nos Estados Unidos em 1984. Seus criadores, Lee Roy Mitchell e Paul Broadhead, começaram sua atividade comprando uma pequena rede de salas de cinema na cidade de Salt Lake City, mas sua expansão se deu de forma veloz: em dois anos já eram responsáveis por 160 salas nos Estados Unidos. Antes de ocupar o território brasileiro, ela já estava presente no Chile, México, Peru e Argentina. A estratégia era de se instalar no país e se expandir. Ela está entre as maiores redes exibidoras do mundo. No Brasil é responsável por cerca de 60 complexos, sendo que a maior parte se concentra no Estado de São Paulo.

Tabela 1 – Ranking do Circuito Exibidor Nacional em 2017

Ranking	Circuito	Total de salas
1	Cinemark	617
2	Cinépolis	369
3	Kinoplex	202
4	Araújo	150
5	Cinesystem	146
6	UCI	113
7	Moviecom	104
8	Arcoplex	84
9	Cineflix	83
10	Centerplex	78
11	Sercla	69
12	Cineart	67
13	UCI/Kinoplex	62
14	Espaço	57
15	GNC	53
16	Multicine	50
17	Playarte	49
18	Lumière	48
19	Cinemaís	45
20	Grupo Cine	38
TOTAL		2.484

Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

2.1.2 Número de salas de cinema por estado, uma concentração desigual

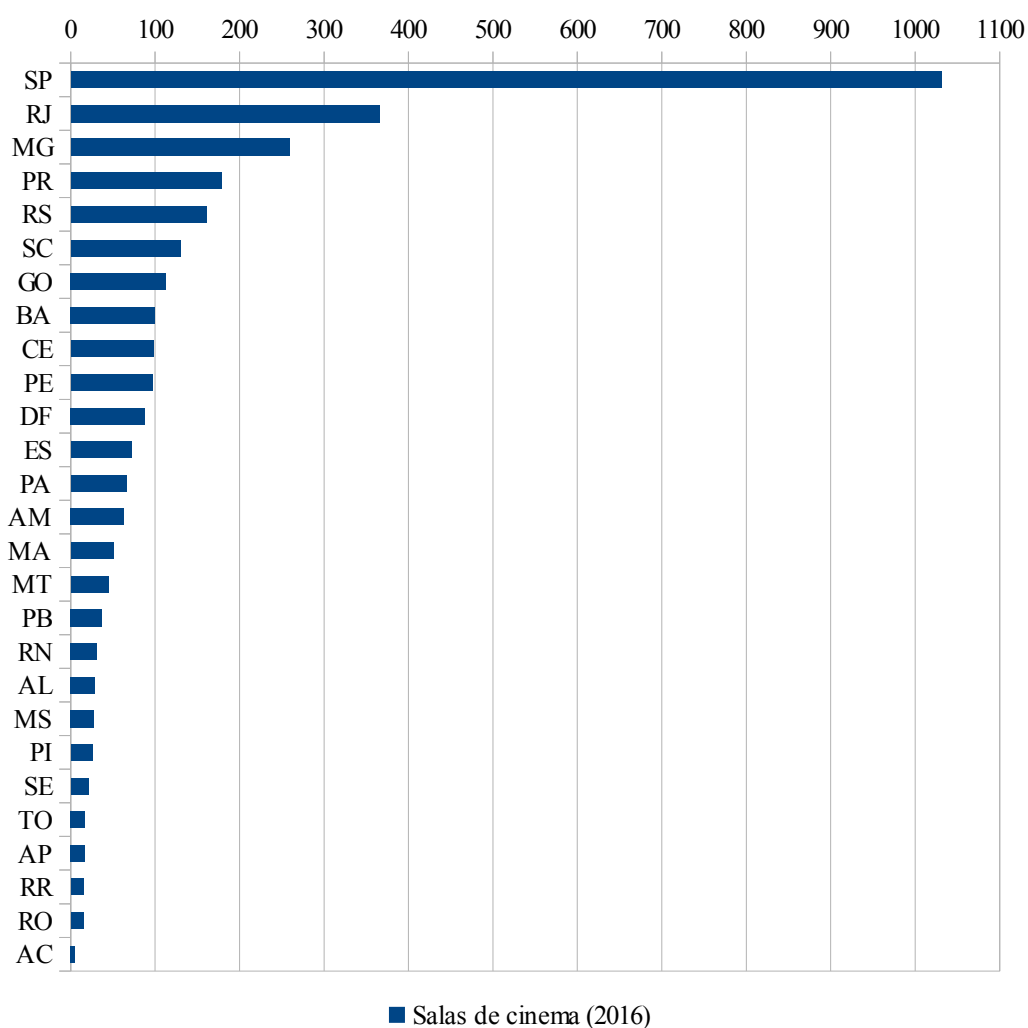
Após a crise, a partir do final dos anos 1990, o mercado de salas de cinema no Brasil foi pouco a pouco retomando o crescimento, sendo que em 2005 o país já contava com 2.045 salas, e dez anos depois, com 3.005.

Com base nos dados de 2016 do circuito exibidor brasileiro, conforme dados do Anexo 1, o Brasil contava com 3.160 salas de cinema, o que resulta em uma média nacional

de pouco mais de 65 mil habitantes por sala⁶⁰. Esse número ainda é bastante inferior àquele dos anos 1980 (1 sala para 50 mil habitantes), mas está longe daqueles do auge da crise (1 sala para 160 mil habitantes).

No entanto, é importante analisar a concentração de salas em alguns estados em detrimento de outros. Se analisarmos o gráfico abaixo podemos verificar essa concentração.

Gráfico 3 – Salas de cinema por estado (2016)

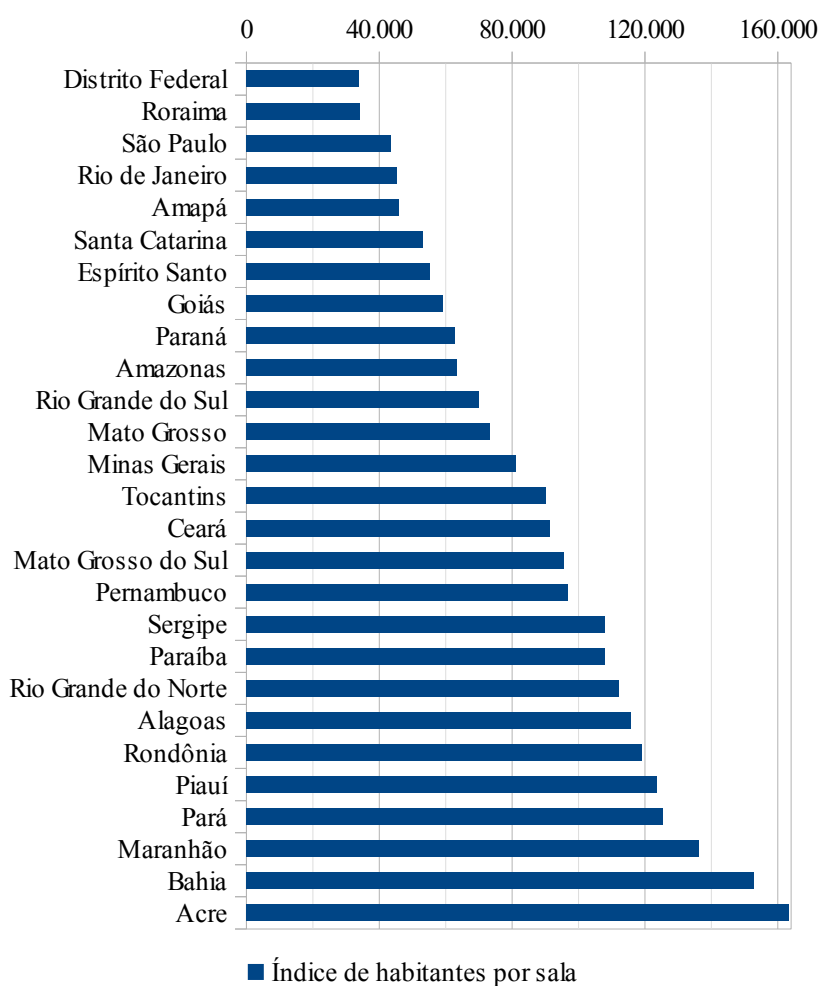


Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

60 Conforme o Segmento de Salas de Exibição - Informe anual preliminar 2017 da Ancine, em 2017 o Brasil contava com 3.220 salas, sendo todas digitalizadas. Em abril de 2018, segundo a Ancine, este número chegou a 3.279, ultrapassando o auge dos anos 70 (3.275). Disponível em: <<https://ancine.gov.br/pt-br/sala-imprensa/noticias/ancine-inaugura-publica-o-comemorativa-de-salas-de-cinema>>. Acesso em: <jun/2018>.

Segundo o gráfico acima, é possível verificar que só a região sudeste concentrava 54,6% de todas as salas do Brasil em 2016. Os estados que possuem mais salas são São Paulo (1.031 salas) e Rio de Janeiro (366 salas), que juntos representam (44,2%) do total de salas existentes no Brasil. No entanto, o número absoluto de salas de cinema pode levar a conclusões apressadas se não for comparado com a população da unidade federativa. Por exemplo, embora o território paulista tenha mais de mil salas, é também o mais populoso do país; como fica então o índice de habitantes por sala de cinema neste e em outros estados? É o que procuraremos mostrar ao cruzar a população de cada estado com o número de salas de cinema no gráfico a seguir⁶¹.

Gráfico 4 – Número de habitantes por sala de cinema (2016)



Fontes: Sistema de Registro – ANCINE, SADIS, IBGE e Filme B. Elaboração: autora.

61 Mais detalhes conferir no Anexo 2 – Salas de cinema por estado, tabela na qual colocamos a população de cada estado, o número das salas de cinema, o percentual nacional que representa esse número e índice de salas por habitante, além de números relativos às regiões e ao Brasil.

De imediato, pode-se constatar que a melhor distribuição de habitantes por sala de cinema é no Distrito Federal (33,8 mil). Afora ele, que goza de situação diferenciada por ser a capital federal, vemos dois extremos nos dez melhores índices da tabela: estados com pequena população e poucas salas (Roraima e Amapá, com menos de 1 milhão de habitantes e menos de 20 salas), e estados bastante populosos com grande número de salas (como São Paulo e Rio de Janeiro, já citados). É interessante notar que, apesar de o número de salas de cinema do estado de São Paulo ser quase três vezes maior que o do estado do Rio de Janeiro, a população deste é um terço da paulista, o que deixa ambos os estados com uma média parecida, de cerca de 45 mil espectadores por sala. Esses dados mostram que mesmo que haja um número alto de salas concentradas em um local, é interessante fazer uma relação com o número de habitantes do mesmo, visto que uma região como a sudeste, com um conjunto populacional maior, deveria igualmente concentrar mais salas. A média nacional é de 65,2 mil habitantes por sala, e estão acima desse índice as regiões Sudeste (50 mil habitantes por sala), Centro-Oeste (57,1 mil) e Sul (62,6 mil). Mais do que revelar estados onde há muitas salas de cinema, esse segundo cruzamento de dados nos aponta populações com escasso acesso ao circuito exibidor, como na Bahia, quarto estado mais populoso do país e segundo menor índice de habitantes por sala.

A concentração dessas salas se intensifica ainda mais quando partimos para uma análise das mesmas nas capitais e grandes cidades, locais que concentram mais população e, na maior parte dos casos, mais renda, tornando-se portanto locais de maior interesse aos exibidores que buscam o retorno econômico de suas atividades.

Tabela 2 – Salas de Exibição por Faixa Populacional (2016)

Faixa populacional	Total municípios	Municípios com cinema		População na faixa	População atendida por salas na faixa	
		Quantidade	%		Quantidade	%
Menos de 20 mil	3.810	5	0,1%	32.287.365	69.444	0,2%
De 20 mil a 100 mil	1.451	140	9,6%	57.686.009	8.677.643	15,0%
De 100 mil a 500 mil	268	197	73,5%	54.485.993	43.595.675	80,0%
Acima de 500 mil ^a	41	40	97,6%	61.654.700	61.143.866	99,2%
Total	5.570	382	6,9%	206.114.067	111.195.566	53,9%

Fonte: Informe Anual Exibição 2016, OCA/Ancine. Elaboração: autora.

a. O único município com mais de 500 mil habitantes sem cinema no país era Ananindeua no Pará. No início de 2018, a Cinesystem inaugurou no centro da cidade um complexo com 10 salas.

É possível constatar igualmente nesta tabela que, do conjunto de 5.570 municípios brasileiros, apenas 382 (6,9%) contam com salas de cinema, ou seja, 5.188 (93,1%) municípios estão à margem desta rede cinematográfica. No entanto, uma vez que aquelas cidades que possuem cinemas são basicamente as de maior concentração populacional, os brasileiros que nelas habitam correspondem a 53,9% da população total do país.

A tendência dos dados descritos nessa tabela aponta para a seguinte configuração: quanto menor o município, menor a presença de salas de cinema. Se atentarmos para municípios com menos de 20 mil habitantes (3.810 municípios) apenas 5 deles (0,1%) desse conjunto conta com sala. Já quanto aos municípios de faixa populacional entre 100 e 500 mil habitantes, vemos que cerca de três quartos deles têm um mínimo parque exibidor.

Como mencionado acima, essa distribuição gradual segue um preceito econômico: os exibidores, em busca de público para suas sessões, em geral dão preferência a cidades mais populosas, exatamente porque isso se traduz em maior público potencial. Essa lógica de mercado provoca o quadro atual: quase metade da população do país mora em cidades sem nenhum cinema.

Para reduzir esse desequilíbrio, foi criada a Lei 12.599/2012, que instituiu o Cinema Perto de Você, um programa destinado a fortalecer as empresas do setor exibidor e estimulou sua atualização tecnológica por meio da abertura de salas em cidades de porte médio e bairros populares das grandes cidades. O programa oferece linhas financeiras para incentivar a construção dessas salas com benefícios como desoneração fiscal.

Ainda dentro da análise de concentrações regionais de salas de cinema, pode-se verificar a relação entre salas de cinema nas capitais e demais cidades do estado na tabela do Anexo III. Nelas, destacam-se as capitais da região Sudeste como os maiores polos de exibição cinematográfica: São Paulo, com 340 salas; Rio de Janeiro, com 222; e Belo Horizonte, com 86. O que interessa, no entanto, é ver o nível de disparidade entre a presença de salas na capital e no interior de cada estado.

Podemos usar como exemplo o estado de São Paulo, que reúne o maior número de salas do país. A relação que existe entre o número de salas na capital e nas cidades do interior e litoral apresenta um relativo equilíbrio se comparado a outros estados: 33% delas se concentram na capital e 67% nas demais cidades. Isso se deve ao fato de o estado concentrar, além da capital, outras cidades importantes economicamente, o que atrai esse tipo de empreendimento. Um exemplo é a cidade de Campinas, que possui 8 complexos com 61 salas

de cinema, um número superior ao de muitas capitais; outro caso é Guarulhos, com 4 complexos e 36 salas. São cidades que, mesmo próximas à capital, contam com populações superiores a 1 milhão de habitantes. Por causa disso, o índice de habitantes por sala do estado inteiro (43,4 mil) não tem muita variação regional: na capital ele é um pouco maior (35,4 mil), enquanto que no interior e litoral, ligeiramente menor (47,3 mil).

Outros exemplos de semelhante equilíbrio nessa relação capital e interior são as cidades de Belo Horizonte e Vitória, que contam com 33% e 19% de salas de cinema em seus estados respectivamente, permitindo que as demais cidades tenham distribuídas entre si bem mais da metade do parque exibidor.

No entanto, o que ocorre na maior parte dos casos é a concentração de salas nas capitais e muito poucas nas demais cidades. A região Norte é a que mais sofre com essa concentração, uma vez que as cidades de Manaus, Macapá e Boa Vista concentram 100% das salas de seus estados. O Pará tem aparentemente um maior equilíbrio, contando com 51% das salas na capital (Belém) e o restante nas demais cidades. Contudo, se analisarmos a proporção entre a população da capital e dos municípios do interior e litoral, observamos um grande contraste, visto que nestes últimos estão distribuídos 82,5% dos moradores do estado; por conta disso, o índice de habitantes por sala em Belém é de 42 mil, enquanto nas demais cidades este número sobe para 213 mil, quase cinco vezes mais.

Na região sul podemos observar uma semelhança entre os estados do Rio Grande do Sul e do Paraná nos dados de população e do número das salas de cinema, assim como na divisão entre a capital e demais cidades. A cidade de Porto Alegre concentra 42% das salas e as demais cidades 57%. No entanto, a capital gaúcha conta com apenas 13% da população do estado do RS, o que resulta em uma sala para cada 21 mil habitantes na capital e 106 mil habitantes por sala no interior. O caso do Paraná é semelhante, mas com um índice de habitantes por sala ligeiramente menos dispar: 23 mil em Curitiba, 96 mil no restante do estado.

Finalmente, é possível averiguar uma grande desigualdade nessa relação quando analisamos o caso da Bahia, no qual a capital conta com 66% das salas, mas apenas 19,2% da população do estado. Se lembrarmos que a Bahia era o estado com o segundo menor número de habitantes por sala de cinema (152,7 mil), é surpreendente ver que Salvador alcança um índice próximo ao dos estados de São Paulo e Rio de Janeiro (44,5 mil). Por outro lado, as demais cidades pagam um alto preço: concentram 80% dos moradores do estado, mas só têm

um terço das salas, o que resulta em um reduzido índice de 362 mil habitantes por sala. O problema fica ainda mais grave se sairmos exclusivamente das percentagens e lembrarmos que esses números significam que, no populoso estado da Bahia, temos 12,3 milhões de pessoas submetidas a essa aguda carência de equipamentos de cultura cinematográfica.

2.1.3. O multiplex e o fechamento das salas de rua

Conforme já tratado, a crise econômica e a concorrência com o novo padrão de salas multiplex que estavam sendo instaladas no país em shopping centers resultou em uma notável diminuição das salas de cinema de rua. Somou-se a isso a rápida popularização da televisão, na sequência do videocassete e do DVD, que deram ao espectador novas formas de acesso aos filmes. No caso brasileiro, um público que comprava mais de 200 milhões de ingressos por ano caiu drasticamente no final da década de 1990, passando a algo em torno de 75 milhões.

O resultado disso foi que manter salas de cinema na rua passou a ser cada vez mais difícil e, sem público nem atenção estatal, essas salas, com a chegada dos filmes pornô, encontram nestes um último recurso. Segundo Luca, a chegada do filme pornô corroborou a decadência das salas de rua.

Não bastasse a concorrência dos programas de televisão, com a abertura democrática do regime militar, liberaram-se os filmes pornográficos. Os exibidores se viram diante de um fenômeno de grandes bilheterias e não tiveram a mínima condescendência em transformar antigos 'palácios de cinema' que, neste momento, estavam vazios, em salas pornográficas. (LUCA, 2010, p. 58).

O modelo de salas *multiplex*, predominante até hoje, já existia em algumas capitais na década de 1990. Ele foi trazido pelos norte-americanos, e tinha uma tecnologia de projeção mais avançada e salas em geral mais modernas do que o que existia no parque exibidor brasileiro em sua maioria. As salas foram instaladas aos poucos em shoppings no interior – a rede Cinemark, atual maior rede de cinema no Brasil, instalou a sua primeira sede em São José dos Campos, interior paulista –, em locais ainda pouco explorados, e depois nas grandes cidades. Nas capitais, os shoppings ainda pertenciam aos exibidores nacionais, porém a situação foi mudando conforme essas grandes empresas foram ocupando o território. O avanço das redes de exibição internacional é um mecanismo fundamental para a expansão do cinema norte-americano, que conta cada vez mais com a receita internacional de seus filmes para manter sua indústria.

Conforme a tabela 3 podemos constatar que a imensa maioria das salas no país se encontram atualmente em shopping centers, e esta é uma tendência que vem se ampliando.

Tabela 3 – Salas em cinemas de rua e em shoppings (2010-2016)

Localização	Salas por ano							Participação 2016	Evolução 2010 a 2016
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016		
Shopping centers	1822	2002	2177	2343	2488	2.699	2.809	88,9%	35,1%
Cinemas de rua	384	350	340	335	345	306	351	11,1%	-9%
Total	2.206	2.352	2.517	2.678	2.833	3.005	3.160	100,0%	30,2%

Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

Podemos verificar que mais de 80% das salas brasileiras estão localizadas em shopping centers e com isso há uma evidente mudança de público consumidor, que agora se vê associado a um novo conjunto de gastos que estão envolvidos nessa combinação cinema e consumo, a qual envolve a prática cultural de ir ao cinema no shopping. Isso se ilustra nas palavras de Simis:

O cinema deixou de ser um entretenimento de massa e se tornou um entretenimento de uma classe social com poder aquisitivo capaz de pagar o bilhete de entrada acrescido de todo o consumo ao seu redor, desde os alimentos oferecidos pela própria sala, até ao que está nas vitrines das lojas que estão no percurso até se chegar à sala. (SIMIS, 2015, pp. 70-71).

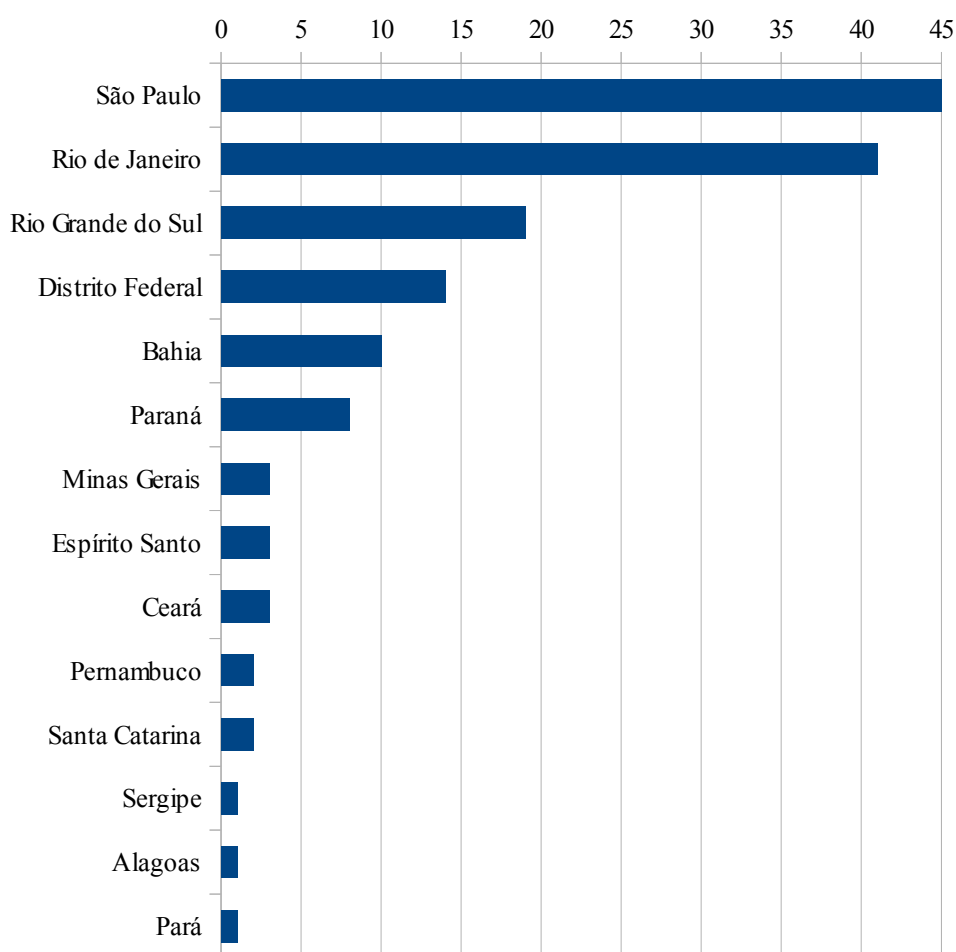
Acrescido a isso, nesse novo modelo valoriza-se o sucesso no menor tempo de exposição possível. Essa lógica beneficia aquelas produções que têm condições econômicas para fazer muitas cópias para lançamentos simultâneos, e prejudica aqueles que buscam um lançamento escalonado, empenhando-se para que o filme seja visto em vários locais, mas não necessariamente ao mesmo tempo. Segundo Simis:

[...] se arquivou definitivamente a forma anterior de exploração do filme —em profundidade—, ou seja, o caminho que um filme desenvolvia: primeiramente nas salas dos cinemas das metrópoles do Primeiro Mundo, seguida das salas no centro das grandes cidades dos países periféricos, e depois, para as salas situadas nos bairros e cidades do interior. Passamos agora a ter a exploração em extensão, isto é, a exibição em um grande número de salas simultaneamente, com uma publicidade acirrada e que dificulta a inserção do filme local, cujo marketing se resume muitas vezes ao boca a boca. (SIMIS, 2015, pp. 70-71).

2.1.4. As salas de arte, uma alternativa ao cinema independente

Outro elemento importante na análise do campo cinematográfico brasileiro é o perfil das salas de cinema de que dispomos atualmente no mercado. Existem salas comerciais, responsáveis pela exibição majoritariamente de filmes destinados ao grande público; e salas de arte, cujo foco são todos os demais, ou seja, filmografias internacionais na maior parte independentes e a produção nacional. Estas salas são o direcionamento certo da maior parte das produções nacionais e, por consequência, dos documentários, que enfrentam crescentes dificuldades em encontrar espaço em salas comerciais. Este cenário mostra a disputa por espaço de um grupo cada vez mais amplo de filmes para ocupar um conjunto cada vez mais restrito de salas. A consequência disso é a exibição de uma menor diversidade de obras por falta de espaço, ou ainda, quando se consegue contemplar certa variedade de cinematografias, estas competem entre si pelo espaço exíguo e acabam permanecendo menos tempo em cartaz.

No ano de 2016, segundo dados da Filme B, o Brasil contava com 153 salas de arte, sendo que 60% delas se concentram na região Sudeste.

Gráfico 5 – Salas de Arte por Estado (2016)

Fonte: Filme B. Elaboração: autora.

Se analisarmos o número de salas de arte por estado⁶² perceberemos que a região sul e sudeste contam com a maior oferta de salas, próximo de 80% do total nacional. O estado de São Paulo é o que tem o maior conjunto, 45 salas, que ainda assim é pouco se relacionarmos com a demanda, visto que o estado reúne mais de um quinto da população brasileira, o que representa 1 milhão de habitantes por sala de arte.

O estado do Rio de Janeiro conta com 41 salas, mas sua população menos numerosa leva a um índice de 405 mil habitantes por sala de arte.

Ainda importa destacar os seguintes casos: o Rio Grande do Sul, com 19 salas de arte e 594 mil habitantes por sala; a região Centro-Oeste, com 14 salas de arte, mas todas concentradas no Distrito Federal, o que deixa a capital com 212 mil habitantes por sala de arte, local mais bem servido do país; a região Nordeste com 17 salas de arte, sendo que a Bahia detém 10 delas (mas também um pequeno índice de habitantes por sala de arte, 1,5

⁶² Mais detalhes do número de salas de cinema de arte por estado no Anexo IV.

milhão, por conta da grande população); e a região Norte, a mais carente de salas de arte no país, pois todo o território possui apenas uma, em Belém.

2.2 O documentário nacional na sala de cinema: uma radiografia do setor

Nesta próxima subdivisão, trataremos especificamente dos dados estatísticos referentes ao mercado do documentário brasileiro que tenha sido exibido no cinema. Buscaremos analisar os dados obtidos através do Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA). É importante destacar que o período total analisado no caso brasileiro é de 1995 a 2016. No entanto, em função dos dados disponíveis, algumas análises não comportam essa extensão temporal. Por essa razão os recortes mudam em alguns casos, mas estarão indicado em cada item.

A primeira parte do capítulo, destinada aos dados do cinema, será dividida em três etapas: a primeira analisa os números referentes aos lançamentos nas salas, quando a partir de 2004 o documentário desponta com grande número de lançamentos; uma segunda parte busca mostrar como esses filmes são financiados e que setores da economia este setor movimenta, como produtoras e distribuidoras; e, finalmente, uma terceira parte considera o resultado dessa ocupação nas salas, o público alcançado por esses filmes, o perfil de filme de bilheteria e a relação entre a produção nacional e internacional do ponto de vista da resposta do público.

2.2.1. O documentário começa a ganhar destaque na sala de cinema

A produção documental nacional, mesmo durante a crise do cinema brasileiro dos anos 1980 e 1990, não deixou de ser realizada e se manteve, em especial, vinculada aos movimentos sociais que estavam reconquistando espaço com a redemocratização – e seu acesso se manteve restrito e com pouca visibilidade fora de associações, sindicatos e TVs comunitárias.

Após a crise do cinema brasileiro, já tratada no capítulo 1, o documentário, assim como a produção nacional como um todo, passou a retomar aos poucos o seu antigo ritmo. Isso emerge como decorrência de um cenário de reconstrução que será resultado, principalmente, das leis de incentivo, assim como, posteriormente, de editais direcionados ao setor.

Nesse contexto de reconstrução, algumas iniciativas foram fundamentais na revalorização do documentário. Podemos destacar o festival de documentário *É Tudo Verdade*, idealizado pelo jornalista Amir Labaki em 1996. Ele acontece anualmente em São Paulo e Rio de Janeiro⁶³, e oferece um espaço exclusivo para a exibição de documentários nacionais e internacionais através de uma programação que mescla clássicos com lançamentos do gênero. Além da programação de filmes, também realiza debates com diretores e especialistas no setor. O resultado dessa iniciativa ao longo do tempo foi a formação de um público de pessoas interessadas nesses filmes que passaram a se relacionar com o documentário enquanto espectadores, mas também em alguns casos como realizadores. É possível associar o crescimento da produção de documentários no início do século XXI ao analisarmos o número de filmes inscritos no festival. “Em 1996 foram 45 inscrições, em 2007, 400” (LINS; MESQUITA, 2008, p. 14).

Já no século XXI, esse aumento da produção de documentários tem igualmente relação com o incremento da tecnologia digital porque, com ela, barateou-se o custo da produção, da distribuição e da exibição. Um processo de redução de custos nessas etapas, tanto facilitou a realização do filme quanto aumentou sua chance de alcançar o circuito exibidor. Não é diferente com a ficção, visto que também ela se utiliza da mesma tecnologia. Segundo o documentarista João Moreira Salles;⁶⁴

Com a proliferação das câmeras eletrônicas, com 300 dólares você tem uma câmera e sai com uma equipe de duas ou três pessoas, grava e monta em seu *laptop*. A consequência disso é que muito mais coisa é produzida do que era antigamente. Então, o filtro escancarou e muito mais gente produz. Como muito mais gente produz, da quantidade nasce alguma qualidade. E por que o documentário? Porque agora o empecilho orçamentário passou para a ficção. O que é caro em ficção não é o equipamento, é o elenco, figurino, cenário, roteiro. Então, quem tem muita vontade de fazer cinema começa fazendo documentário. Você tem a sua ideia, junta dois amigos, entra no seu carro, filma, monta no seu *laptop* e o filme está pronto. O documentário, que sempre foi a porta do cinema, agora é o aeroporto do cinema: todo mundo passa pelo documentário porque é relativamente barato de fazer. E aí começam a aparecer os filmes. (SALLES, 2010).

63 Em algumas edições, o festival teve sua programação divulgada por outros estados.

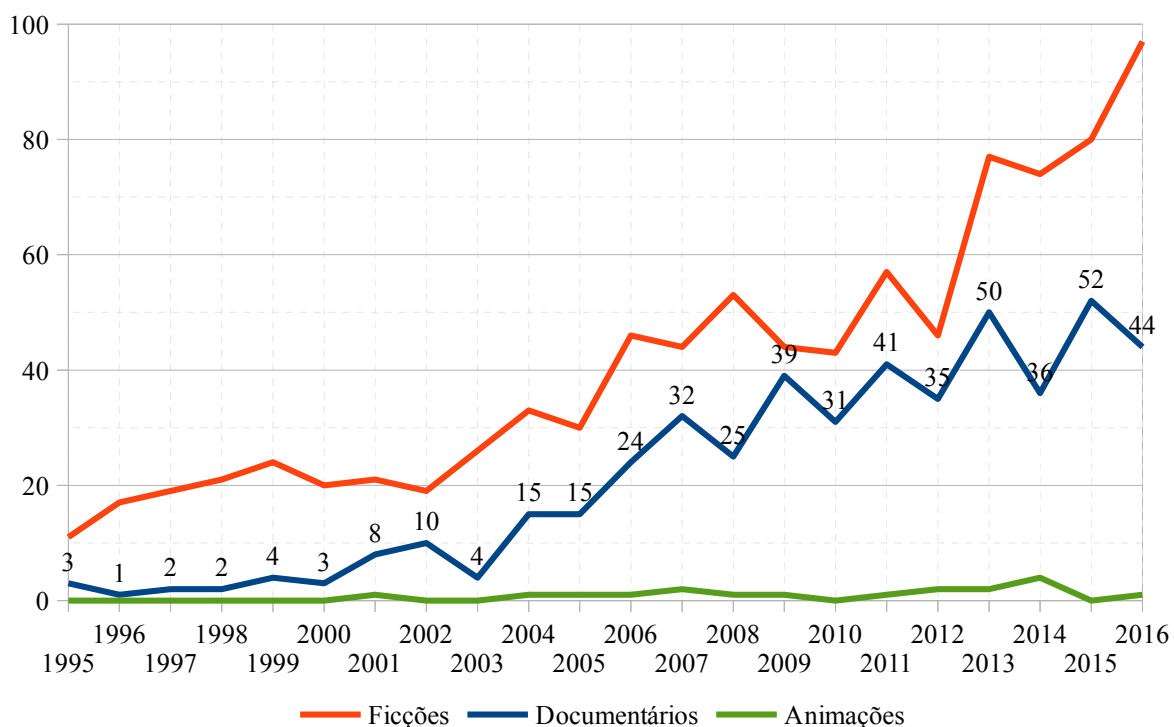
64 Entrevista concedida à autora em 2010. João Moreira Salles: diretor e produtor. É sócio-fundador da empresa Videofilmes junto com seu irmão Walter Salles. Iniciou nos anos 80 a realização de documentários, com trabalhos para a televisão, algo que manteve na década seguinte. Já nos anos 90 dirigiu o clássico *Notícias de uma guerra particular* (1999) junto a Kátia Lund, sobre a relação entre a população, o tráfico e a polícia no Rio de Janeiro. Tem experiência em produção, onde podemos incluir boa parte dos filmes de Eduardo Coutinho, assim como em ficções. Suas últimas obras foram *Entreatos* (2004) e *Santiago* (2007). Tem atuado na revista mensal *Piauí*, publicação criada em 2006 e que pratica um jornalismo mais literário. É também professor na PUC-RJ.

Dessa maneira, conforme poderemos constatar nos próximos gráficos, o aumento no número de lançamentos de documentários nas salas de cinema se deu de forma gradual e crescente.

2.2.1.1. Número de documentários lançados por ano (1995-2016)

Neste próximo gráfico podemos ver, no recorte temporal de 1995 a 2016, a evolução do número de lançamentos de filmes documentários, ficções e animações no cinema.

Gráfico 6 – Filmes brasileiros lançados por ano classificados por gênero (1995-2016)



Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

Com base neste gráfico podemos ver como os primeiros anos do século XXI representaram um promissor período para o cinema nacional: tanto as ficções quanto os documentários tiveram um aumento substancial no número de produções lançadas, e até a animação, sem nenhuma obra exibida em sala até 2000, começou a ocupar esse mercado.

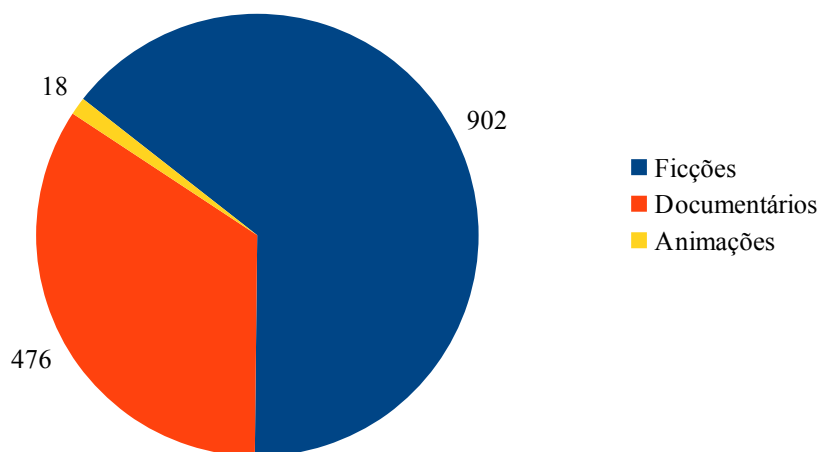
De forma geral, o crescimento dos lançamentos de ficção e documentário é gradual e conjunto, e a tendência de ambos os gêneros é crescente. A partir de 2004, podemos ver uma acentuação de sua escalada. Nota-se, contudo, que as linhas de crescimento em

alguns momentos se aproximam e em outros se distanciam. Na segunda metade dos anos 90, por exemplo, existe um maior afastamento neste número de lançamentos de documentários e ficções, visto que os primeiros não tinham mais de 4 lançamentos. Já em 2009, quando foram lançados 39 documentários e 44 ficções, o número de produções ficou muito próximo. Quanto ao baixo número de animações no recorte temporal, este pode ser explicado por conta da maior dificuldade de viabilização dos filmes: além de terem um processo de produção geralmente mais extenso do que os outros gêneros, exige orçamentos bastante elevados.

Especificamente quanto ao documentário, ao analisar seus números podemos constatar o crescimento patente de produções lançadas no cinema nas últimas duas décadas: de um cenário pobre no final da década de 1990, com cerca de dois ou três filmes exibidos anualmente, passou-se ao pico de 2015, com 52 produções lançadas em sala. Podemos ainda verificar que o ano de 2004 foi um marco, visto que de então em diante o número de lançamentos aumentou gradativamente, mesmo que tenha havido momentos de queda (2008, 2010, 2012, 2014 e 2016). Mais recentemente, dados da Ancine mostram que o documentário segue crescendo, tendo sido lançados no cinema 60 documentários em 2017 contra 98 ficções e animações⁶⁵.

No compilado geral, dentro dos 22 anos de análise, foram lançados 1.397 filmes nacionais (incluindo coproduções) no mercado de salas de cinema no país. No próximo gráfico, propomos a divisão destes lançamentos no cinema por gênero:

65 Informe de Mercado – Segmento de Salas de Exibição – Informe Anual Preliminar 2017 (05 de janeiro de 2017 a 03 de janeiro de 2018), da Ancine.

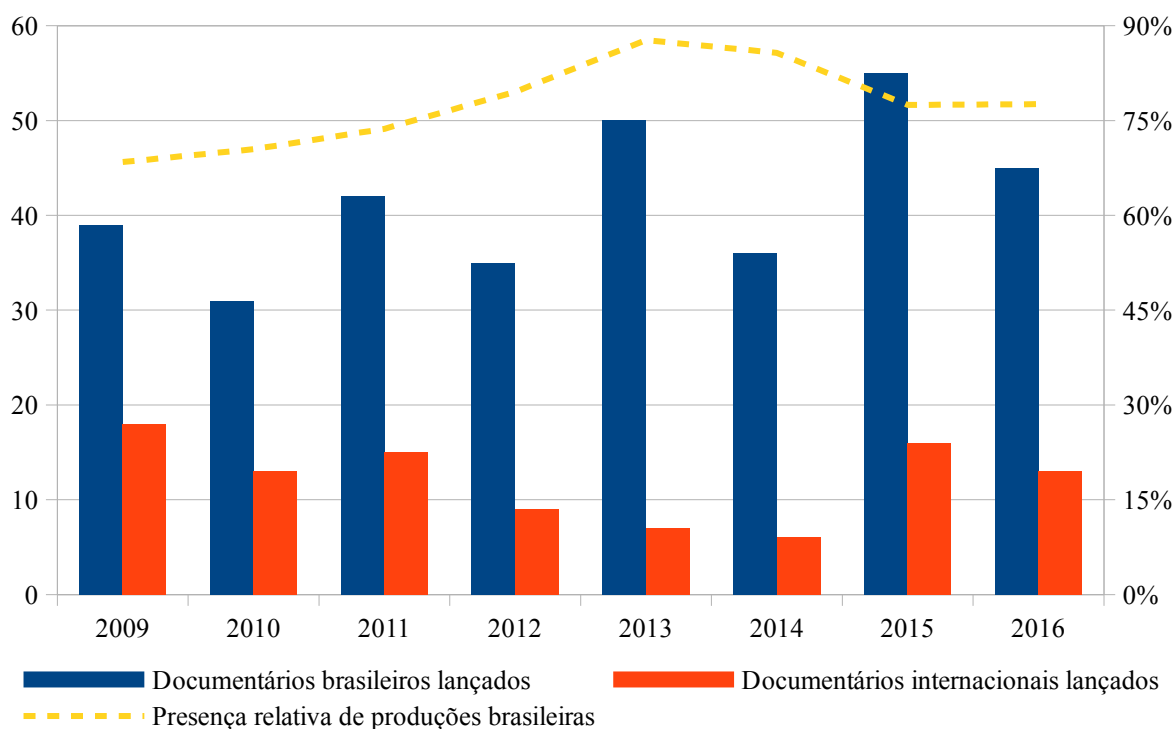
Gráfico 7 – Filmes exibidos no cinema por gênero (1995-2016)

Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

Se a ficção e o documentário sempre mantiveram certa tendência crescente nesse período, dois fatores contribuíram para produzir a disparidade no número de produções que se vê no acumulado dos 22 anos. Além da distância constante ao longo do tempo, tendo os números da primeira continuamente superado os do segundo, houve um grande salto de ficções nacionais exibidas a partir de 2013. Por isso, vemos que perto de dois em cada três filmes (64,6%) lançados nesse recorte temporal foram ficções, e que os documentários representam cerca de um terço (34,1%). Apesar desse número relativamente menor, se considerarmos que o documentário é um tipo de produção com menor apelo de mercado, concluímos que a quantidade de documentários lançados no cinema é considerável e que esse gênero tem uma presença bastante relevante no mercado nacional.

2.2.1.2. A relação entre o lançamento de documentários nacionais e internacionais (2009-2016)

Podemos analisar neste próximo gráfico a relação entre o lançamento de documentários nacionais e internacionais entre os anos de 2009 e 2016.

Gráfico 8 – Lançamentos de documentários brasileiros e internacionais (2009-2016)

Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

No período analisado estrearam em nosso mercado 333 documentários nacionais e 97 internacionais, e conforme podemos constatar, a produção nacional representa mais do que o triplo da estrangeira. Esse dado se inverte quando analisamos o número de lançamento de ficções, cenário em que o produto estrangeiro, principalmente o norte-americano, é em média três vezes maior do que o nacional.

Esses dados nos permitem constatar que, em número de lançamentos, o Brasil tem uma ótima participação em seu mercado doméstico de cinema. Podemos destacar o mínimo de 68,4% em 2009, quando houve 18 lançamentos internacionais (a maioria norte-americanos), até o máximo de 87,7% em 2013, ano em que tivemos 50 produções nacionais e 7 estrangeiras. De modo geral, a presença relativa dos documentários nacionais fica basicamente acima do limiar de 70% no período analisado.

Os documentários estrangeiros lançados no mercado brasileiro têm seus temas mais frequentemente sobre o universo da música, ou sobre suas personalidades. São alguns exemplos dessa tendência os filmes: *Michael Jackson's This Is It* (2009); *Iron Maiden: Flight*

666 (2009); *Justin Bieber: Never say never* (2011), *Katy Perry: Part of Me* (2012); *One direction: This is us* (2013), *Amy* (2015), *Backstreet Boys: Show 'em What You're Made of* (2015) e *Janis - Little Girl Blue* (2016).

Há igualmente uma outra temática recorrente que são os documentários sobre a natureza, sendo boa parte deles em 3D. Nesse tópico, podemos citar como exemplos o filme canadense *Fundo do Mar 3D* (2009); os franceses *Home – Nosso planeta, nossa Casa* (2009) e *Oceanos* (2010); e os norte-americanos *Terra* (2009), *Um Mar de Aventuras 3D* (2010) e *Reino dos Felinos* (2011).

Outros lançamentos internacionais que encontram espaço no nosso mercado são filmes de diretores reconhecidos por sua filmografia, assim como produções premiadas no Oscar e em festivais internacionais (como Berlim ou Cannes), dos quais citamos: *O equilibrista* (2009), de James Marsh; *Pina* (2012), de Wim Wenders; *Francofonia* (2015), de Alexandr Sokurov; *Fogo no Mar* (2016), de Gianfranco Rosi; *Nostalgia da Luz* (2015), de Patricio Guzman; e o já citado *A Caverna dos Sonhos Esquecidos* (2010), de Werner Herzog.

2.2.2. Como esses filmes são realizados e como movimentam o setor cinematográfico

Nestes próximos itens analisaremos como esta produção de documentários exibida em sala de cinema está sendo viabilizada e como ela está atingindo os setores da produção e da distribuição, através, igualmente, da análise das temáticas mais recorrentes.

2.2.2.1. O orçamento dos documentários (1995-2016)

Se analisarmos o Anexo V, a tabela Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo – 1995 a 2016, poderemos verificar quantos documentários tiveram dinheiro captado em suas produções. Dos 476 documentários exibidos neste período, 295 foram aprovados para captação e 271 efetivamente realizaram a captação dos recursos, mas 24 deles não captaram. Há, ainda, 181 documentários que foram igualmente exibidos em sala de cinema, mas que não foram aprovados para captação ou não apresentaram projetos.

O valor total de captação dos documentários nesses 22 anos foi de R\$ 182,4 milhões, e varia bastante de produção para produção. Basicamente, cerca de metade dos filmes está no intervalo entre R\$ 300 mil e R\$ 800 mil. Além disso, os dados nos permitem

calcular uma média de R\$ 673 mil por filme que captou. Se calculássemos uma média por filme geral esse número cairia pela metade, para R\$ 383 mil. Podemos ver que o investimento do Estado brasileiro ajudou a incrementar centenas de produções documentais, ou mesmo viabilizá-las, uma vez que a falta de recursos é uma causa decisiva para a produção audiovisual.

Na faixa das produções que captaram recursos mais vultosos, vemos 40 filmes (14,7%) que captaram mais de R\$ 1 milhão. Deste conjunto, 11 documentários obtiveram mais de R\$ 2 milhões – dos quais 2 conseguiram entre R\$ 3 milhões e R\$ 4 milhões, e um ultrapassou este último valor.

Dentre os mecanismos de incentivos mais ativados neste período podemos destacar a Lei do Audiovisual, através de seus artigos 1º, 1ºA, 3º, 3ºA e 39. De todas as diferentes modalidades de incentivo as que somaram mais recursos foram aquelas regidas pelos artigos 1º, com captação de R\$ 56,1 milhões, e 1ºA, com captação de R\$ 60,7 milhões.

De modo geral, o artigo 1º⁶⁶ apoia obras cinematográficas de curta, média e longa-metragem, com a obrigação de serem finalizados em 35 mm ou suporte superior a 1.200 linhas (HDTV). Já o artigo 1ºA contempla, além de obras cinematográficas de curta, média e longa-metragem, também minisséries,⁶⁷ telefilmes,⁶⁸ obras seriadas⁶⁹ e programas de TV de caráter educativo e cultural.

Em terceiro lugar em valor de captação se encontra o artigo 18⁷⁰ da Lei Rouanet, principal mecanismo de aporte à cultura no Brasil e que, no caso do audiovisual, abrange obras de curta e média-metragem. Nos 22 anos aqui analisados, foi responsável pela captação de R\$ 26,5 milhões.

66 O financiador deduz integralmente a quantia doada e ainda pode lançá-la como despesa operacional, ou seja, na prática o 100% de abatimento se transforma em 125% em decorrência da aritmética contábil permitida por este detalhe da lei.

67 Obra documental, ficcional ou de animação produzida em película ou captação digital, ou meio magnético com no mínimo 3 e no máximo 26 capítulos, com duração máxima de 1.300 minutos.

68 Obra documental, ficcional ou de animação, com no mínimo 50 e no máximo 120 minutos de duração, produzida para primeira exibição em meios eletrônicos.

69 Obra que, sob o mesmo título, seja produzida em capítulos.

70 O abatimento é integral em relação ao valor investido, e limita-se à fatia de 4% do valor devido em IR pela empresa financiadora. Não permite que seja lançado na contabilidade da empresa como despesa operacional, de modo que na prática realmente limita-se a renúncia fiscal a 100% do valor investido.

Os documentários também contaram com os demais artigos da Lei do Audiovisual – artigo 3º⁷¹ (R\$ 10,4 milhões), 3ºA⁷² (R\$ 7,3 milhões) e 39⁷³ (R\$ 728 mil) – assim como com o artigo 25⁷⁴ da Lei Rouanet (R\$ 10,2 milhões).

Os recursos do Fundo Setorial do Audiovisual, que resultaram na soma de R\$ 3,5 milhões, no entanto, só passaram a ser disponíveis, pouco a pouco, após a criação do fundo pela lei 11.437, em 2006.

Outras fontes somaram R\$ 6,9 milhões, sendo que neste montante, segundo a Ancine, são incluídos valores de contrapartida, editais ANCINE, Prêmio Adicional de Renda (PAR), Programa ANCINE de Incentivo à Qualidade (PAQ), leis estaduais, leis municipais e outros editais.

Se fizermos uma análise sobre as temáticas que mais captaram recursos nos documentários, concluiremos que os que captaram mais de R\$ 2 milhões, são, na maior parte, sobre esporte e música. Podemos citar o exemplo dos filmes *Pelé eterno* (2004), *Chico – artista brasileiro* (2015), *A música segundo Tom Jobim* (2012), *Vinícius de Moraes* (2005) e *O mundo em duas voltas* (2007). As exceções são, por exemplo, os filmes *A marcha da vida* (2011), sobre jovens judeus que fazem uma jornada por locais importantes para a memória e história da população judaica, ou *Amazônia eterna* (2014), sobre projetos sustentáveis na região amazônica.

2.2.2.2. As temáticas e os diretores envolvidos nos documentários exibidos em sala de cinema (1995-2016)

As temáticas da produção documental contemporânea são outro elemento essencial de análise. Dentro da produção de documentários, no final dos anos 90, Fernão

71 Visa incentivar o reinvestimento em produções nacionais de parte do imposto devido sobre a remessa de lucros de empresas audiovisuais estrangeiras que exploram seus produtos no Brasil. Ou seja, o eventual sucesso dessas empresas na ocupação do mercado brasileiro - na maioria dos casos as *majors* – permite que elas reinvestam em contratos de coprodução com produtoras independentes nacionais. No caso do documentário nacional, a maioria dos filmes que obtiveram maior público foram os distribuídos pelas *majors* e que por consequência tiveram mais “poder de fogo” na competição pela exibição nas salas.

72 É análogo ao Artigo 3º, só que direcionado ao imposto devido por empresas exibidoras nacionais (majoritariamente televisões) que comprem conteúdo audiovisual (cultural e esportivo) estrangeiro para exibir.

73 Isenta empresas programadoras de TV a cabo estrangeiras do Condecine, desde que estas destinem 3% do valor da remessa de lucros em obras cinematográficas e videográficas independentes brasileiras, programas de televisão com viés educativo e cultural independente, minisséries e telefilmes.

74 O artigo 25 da Lei Rouanet destinava-se a obras audiovisuais como projetos de longas-metragens, séries, telefilmes, minisséries e programas de televisão de caráter educativo e cultural. Permite que pessoas jurídicas possam deduzir do imposto de renda devido 30% do valor utilizado no patrocínio de projetos e 40% dos valores dados a projetos e obras audiovisuais, sendo que o contribuinte pode deduzir esses valores como despesa operacional.

Ramos constata que existe uma parcela considerável – no documentário e na ficção – que aborda temática do Outro popular. “No conjunto da produção artística brasileira, o cinema tem se mostrado particularmente sensível às questões éticas e políticas que envolvem a representação da alteridade social que chamamos povo, espaço do outro que não é o mesmo de classe. A imagem do povo é um traço recorrente no documentário brasileiro contemporâneo” (RAMOS, 2008, p. 205). Como exemplo, podemos citar os filmes *Ônibus 174* (2002) e *Garapa* (2009), de José Padilha; *À margem da imagem* (2004) e *À margem do concreto* (2007), de Evaldo Mocarzel; *Fala tu* (2004), de Guilherme Coelho; *Justiça* (2004), de Maria Augusta Ramos; *O prisioneiro da grade de ferro: auto-retratos* (2004), de Paulo Sacramento; *A pessoa é para o que nasce* (2005), de Roberto Berliner; *Estamira* (2006), de Marcos Prado; e *O aborto dos outros* (2008), de Carla Gallo.

A produção documental brasileira é sem dúvidas riquíssima em diversidade de temas e estilos, mas pode-se apontar algumas recorrências. Dentro dessa abordagem de temáticas sociais e políticas, há uma tradição do documentário brasileiro de retratar a convulsão sociopolítica causada pela ditadura civil-militar, tanto por seus aspectos mais públicos quanto por suas consequências pessoais, tragédias familiares e questões psicológicas provocadas pelos anos de tortura e autoritarismo. Podemos destacar nesta classe de filmes produções como *Cidadão Boilesen* (2009), *Diário de uma busca* (2011), *Dossiê Jango* (2013), *O dia que durou 21 anos* (2013), *Em busca de Iara* (2014) e *Orestes* (2015).

Além disso, observa-se uma reincidência do universo da música e de seus personagens, assim como do esporte, preferencialmente futebol. Estas temáticas acabam sendo aquelas que obtêm um maior retorno de público nas salas, e em alguns casos, como já tratado, as que têm maiores orçamentos. No caso da música como podemos citar *Um certo Dorival Caymmi* (2000), *Coração vagabundo* (2009), *A música segundo Tom Jobim* (2012), *Tropicália* (2012), *Cássia Eller* (2015), entre outros.

No caso dos documentários sobre futebol podemos mencionar *23 anos em 7 segundos - O fim do jejum corinthiano* (2009), *1983: O ano azul* (2009), *Grêmio 10x0* (2010), *Soberano – seis vezes São Paulo* (2010), *12 de Junho de 1993 - O dia da paixão palmeirense* (2014) e *1976 - O ano da invasão corinthiana* (2016).

Com relação às produções exibidas em sala de cinema de nosso recorte temporal, importa destacar alguns diretores relevantes para este cenário por conta da qualidade e volume de sua obra documental. Dentro da tradição de filmes políticos, podemos mencionar a

filmografia de Silvio Tandler, documentarista que desde os anos 1980 trabalha temáticas políticas em sua obra (mas não exclusivamente)⁷⁵. Restringindo-nos ao período pós-1995, elencamos documentários como *Glauber – o filme, labirinto do Brasil* (2004); *Encontros com Milton Santos ou: o mundo global visto do lado de cá* (2007); *Utopia e barbárie* (2010) e *Tancredo Neves – a travessia* (2011).

Outro consagrado documentarista brasileiro foi Eduardo Coutinho⁷⁶, com uma longa tradição no campo, que teve seus filmes exibidos em sala ainda nos anos 1990. Podemos citar como exemplo *Santo Forte* (1999), *Babilônia 2000* (2001), *Edifício Master* (2002), *Peões* (2004), *O fim e o princípio* (2005), *Jogo de cena* (2007) e *As canções* (2011).

Também importante agente do cenário documental é João Moreira Salles, que realizou no período filmes como *Nelson Freire* (2003), *Entreatos* (2004) e *Santiago* (2007). Atuou igualmente na produção de documentários, principalmente dos filmes de Eduardo Coutinho.

Outro exemplo que podemos trazer é Evaldo Mocarzel, que conta com uma produção recorrente de documentário exibidos em salas como *À margem da imagem* (2004), *Parteiras da Amazônia* (2005), *Do luto à luta* (2006), *À margem do concreto* (2007), *Raul: o início o fim e o meio* (co-direção com Walter Carvalho/2012) e *Cuba Libre* (2014).

Destaca-se também Carlos Nader com os filmes *Preto e Branco* (2005), *Pan-cinema permanente* (2008), *Soberano – seis vezes São Paulo* (co-direção Mauricio Arruda/2010), *Eduardo Coutinho 7 de Outubro* (2015) e *Homem comum* (2015).

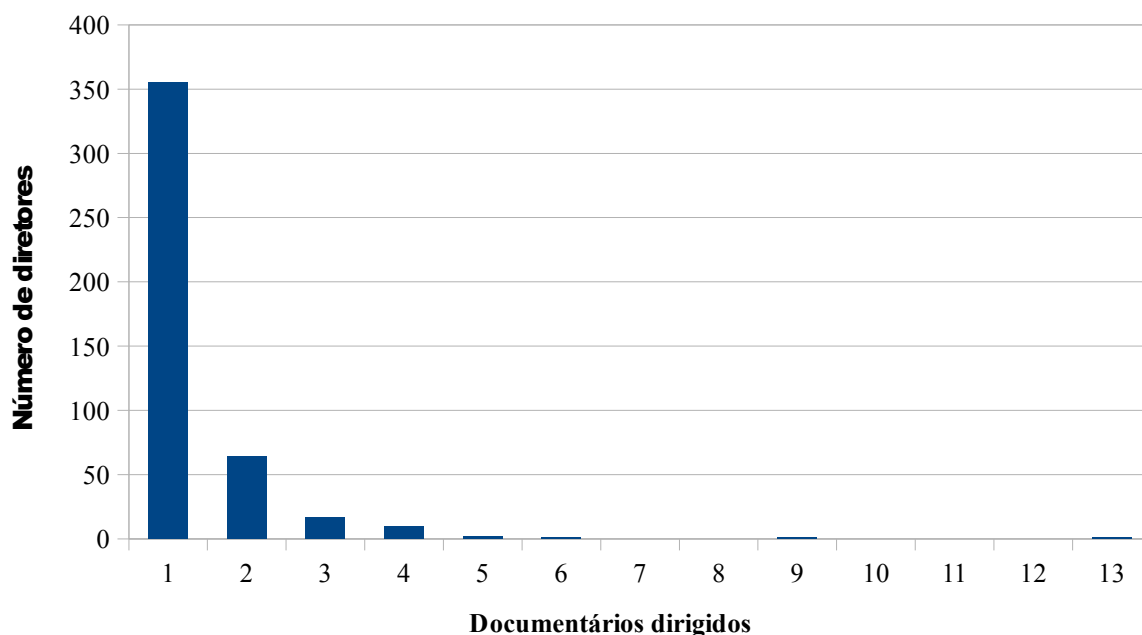
Finalmente, cabe mencionar Maria Augusta Ramos, que dirigiu, entre outros, *Futuro junho* (2016) e a trilogia *Justiça* (2004), *Julzo* (2007) e *Morro dos prazeres* (2013), três documentários que dialogam entre si e também e perpassam a questão do sistema judiciário e da aplicação de penas no Brasil.

75 Diretor e produtor, Silvio Tandler foi responsável pela direção dos três maiores públicos do documentário: *O mundo mágico dos trapalhões* (1981), 1,7 milhão de espectadores; *Jango* (1984), 1 milhão; e *Os anos JK* (1980), 800 mil. É proprietário da Caliban, empresa através qual realiza seus filmes. Silvio tem uma longuíssima carreira no documentário, trazendo personagens importantes da história do país para as telas, tendo dirigido longas, curtas e médias-metragens, seriados, além de ser professor na PUC-RJ.

76 Grande nome de referência no documentário, Coutinho até o final de sua vida trabalhou neste campo. Em sua longa trajetória chegou também a atuar como roteirista e produtor. Sua obra-prima é *Cabra Marcado Para Morrer* (1984), filme interrompido pela ditadura militar de 1964, já que parte da equipe foi presa. Só foi finalizado nos anos 80. Coutinho integrou a equipe do Globo Repórter também na década de 80 e já nos anos 90, trabalhando no Centro de Criação da Imagem Popular (CECIP) começou sua produção mais constante, e a partir de *Babilônia 2000* (2001), toda sua obra será produzida pela Videofilmes. Seus últimos documentários foram *Jogo de Cena* (2007), *Moscou* (2009) e *As Canções* (2011) e *Últimas conversas* (2015) lançado após sua morte.

Os nomes citados acima não são notáveis apenas pela qualidade de seus filmes, mas também pelo fato de terem seus documentários exibidos com certa regularidade em sala de cinema. Produção que muitas vezes não tem reconhecimento fora de um pequeno círculo social, e que em geral tampouco dá retorno financeiro razoável, o documentário tem pouquíssimos diretores nele especializados no Brasil. Pode-se ressaltar que a frequência de produção não fala por si só, mas certamente ela contribui para o diretor sedimentar experiências, consolidar saberes da prática documental, criar laços com competentes parceiros de trabalho, bem como acumular o *know-how* das burocracias envolvidas na produção, distribuição e exibição, item importante sobretudo no caso de obras de menor orçamento, nas quais o diretor deve preocupar-se com praticamente todas as etapas de seu filme. Em razão disso, e porque pode ser um índice de certa profissionalização do documentário no Brasil, é interessante analisar a frequência com que diretores produziram e exibiram nos cinemas suas produções documentais desde 1995 até 2016.

Através da análise do gráfico abaixo, “Número de documentários por diretor”, que apresenta a produção que foi exibida em sala de cinema, vemos que ao longo de 22 anos, 451 diretores dirigiram documentários no país. Este número foi calculado com base na produção total do período, sendo contabilizados os diretores individualmente, e, no caso de coproduções, cada um dos realizadores sendo levado em conta uma vez.

Gráfico 9 – Número de documentários por diretor (1995-2016)

Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

É possível constatar que, deste total de diretores, uma enorme quantidade deles (355, aproximadamente 79%) realizaram um único filme no período analisado. São exemplos Anibal Massaini (*Pelé eterno*/2004); Paulo Sacramento (*O prisioneiro da grade de ferro*/2004) Miguel Kohan (*Café dos maestros*/2008); Miguel Gonçalves Mendes (*José e Pilar*/2010); Marcio Cavalcante (*Bahêa minha vida*/2011); e Camilo Tavares (*O dia que durou 21 anos*/2013). Apesar de estes serem filmes de relativo sucesso, o enorme número de diretores que em mais de duas décadas só produziu um documentário exibido no cinema mostra a falta de uma ideia de carreira no cenário documental brasileiro. Diferentemente do cinema de ficção, em que temos inúmeros exemplos de diretores com obras mais extensas e lançamentos frequentes, no documentário vemos ser muito comum o caso de diretores que se aventuram no documentário, mas não prosseguem em sua produção. Isso não contribui para uma sedimentação da produção do gênero no país, nem para a própria reflexão sobre o estado de arte do documentário, a qual, se não é feita por diretores com alguma experiência acumulada, é motivada pela própria obra artística, mais fértil quando mais madura. Ora, se uma obra madura, que reflete sobre os próprios limites do documentário e sua linguagem, é em geral resultado de uma direção experiente, vemos que o cenário de abundância de diretores que não passaram de uma produção é, nesse sentido, trágico.

Um tema levantado em debates acadêmicos e discussões do mercado é a questão de o documentário ser a porta de entrada para a ficção. Nessa lógica, o documentário seria uma grande escola e a opção de entrada no meio cinematográfico, visão reforçada pelo fato de que muitos diretores que estão atualmente dirigindo ficções terem passado pelo documentário. Isso fica evidenciado, por exemplo, na fala de Silvio Tendler.

Eu acho que isso se deve, sobretudo, às novas tecnologias. Acho que houve um barateamento muito grande da produção e uma acessibilidade maior a equipamentos bem mais simples, menos sofisticados. [...] A porta de entrada no cinema é o documentário. Quantas dessas pessoas efetivamente gostam de documentários? Quantas permanecerão? Eu não sei. Mas eu sei que a porta de entrada há muitas gerações no cinema é o documentário, que é 'aparentemente' mais fácil de fazer. E muitos vão conseguir migrar para a ficção, é o que muitos querem. (TENDLER, 2010).

Deve-se levar em consideração que, como alguns dos recursos do FSA são destinados à produção para televisão, alguns diretores optam por viabilizar seus projetos desta maneira, e por conta de nosso recorte, que se limita às obras exibidas no cinema, acabam não aparecendo nestas estatísticas.

Se analisarmos os diretores que realizaram 2 documentários no período, o número diminui para 64 (14,2%). Dentre desse universo podemos citar Arthur Fontes (*Surf Adventures*/2002); Miguel Faria Jr. (*Vinicius de Moraes*/2005); Marcos Prado (*Estamira*/2006); Lírío Ferreira (*O homem que engarrafava nuvens*/2010); Fernando Grostein Andrade (*Quebrando o tabu*/2011); Marcelo Machado (*Tropicália*/2012); Estela Renner (*O começo da vida*/2016), e Rodrigo Siqueira (*Terra deu, terra come*/2010).

Quanto a diretores que realizaram 3 filmes, contamos 17 diretores (3,8%), dentre os quais Cao Guimarães (*A alma do osso*/2010), Eduardo Escorel (*O tempo e o lugar*/2008), Helena Solberg (*Palavra (En)Cantada*/2009), João Jardim (*Pro dia nascer feliz*/2007), João Moreira Salles (*Nelson Freire*/2003), José Padilha (*Ônibus 174*/2002), Lúcia Murat (*Uma longa viagem*/2012), Marcelo Masagão (*Nós que aqui estamos por vós esperamos*/1999), Marília Rocha (*A falta que me faz*/2010), Murilo Salles (*Todos os corações do mundo*/1996), Vladimir Carvalho (*Rock Brasília – Era de Ouro*/2011).

Em seguida, dez diretores realizaram quatro filmes no período, por exemplo Izabel Jaguaribe (*Paulinho da Viola – Meu Tempo é Hoje*/2003); Maria Augusta Ramos (*Juízo*/2008); Silvio Tendler (*Utopia e Barbárie*/2010); Walter Carvalho (codireção de *Janela*

da Alma/2002); Nelson Pereira dos Santos (*Raízes do Brasil*/2004); e Roberto Berliner (*A pessoa é para o que nasce*/2005).

Com cinco filmes, há apenas dois diretores: Eryk Rocha (*Pachamama*/2010) e Nelson Hoineff (*Caro Francis*/2010). A partir daí, temos o diretor Carlos Nader, que realizou 6 filmes, entre os quais *Soberano – seis vezes São Paulo* (2010), *Homem Comum* (2015) e *Eduardo Coutinho, 7 de outubro* (2015); o diretor Eduardo Coutinho, que realizou 9 documentários, entre os quais *Jogo de Cena* (2007), *Edifício Master* (2002), *Moscou* (2009) e *Últimas Conversas* (2015); e Evaldo Mocarzel, que dirigiu 13 documentários, como *Do Luto à Luta* (2006) e *Brigada Pára-Quedista* (2008).

2.2.2.3. Produtoras que realizaram documentários exibidos em sala (1995-2013)

Este próximo item busca apontar para o número de empresas envolvidas na produção de documentários entre os anos 1995 e 2013. Neste período pelo menos 231 empresas trabalharam na realização de 344 documentários. É importante destacar que estamos analisando documentários longas-metragens exibidos em sala de cinema num recorte temporal de 1995 – 2013 e este será o recorte de análise das produtoras aqui. Um conjunto representativo das empresas aqui citadas realizam produções para televisão, filmes ou séries, que ficaram fora do recorte. Portanto a hierarquia estabelecida sobre o número de empresas que produziram mais filmes ou que tiveram um público médio por filme visa analisar a movimentação da economia exclusivamente do setor cinematográfico.

Tabela 4 – Número de produtoras x total de filmes produzidos (1995-2013)⁷⁷

Número de produtoras	Documentários produzidos (1995-2013)
1	13
2	7
2	6
2	5
3	4
9	3
44	2
168	1

Fonte: Ancine. Elaboração: autora.

A análise desta tabela pode ser feita sob dois aspectos: número de empresas envolvidas na produção de documentários e o público médio por documentário exibido.

a) Produtoras que realizaram documentários entre 1995 e 2013

A empresa Videofilmes, fundada pelos irmãos João Moreira Salles e Walter Salles, foi a que mais produziu documentários. A empresa iniciou nos anos 80 a realização de documentários, com trabalhos mais focados na televisão, e posteriormente produziu os filmes de Eduardo Coutinho, assim como algumas ficções. Ela produziu 13 documentários, entre os quais podemos citar *Paulinho da Viola – Meu Tempo é Hoje* (2003), *Entreatos* (2004), *Santiago* (2007), *As canções* (2011) e *Últimas conversas* (2015).

Duas empresas, G7 e TV ZERO, produziram 7 documentários cada para o cinema no período. A G7 Cinema, neste período, produziu basicamente documentários sobre futebol., como *Grêmio 10 x 0* (2010) e *Soberano – Seis vezes São Paulo* (2010), enquanto a TV ZERO, que trabalha com documentários e ficções, produziu filmes variados, como *A pessoa é para o que nasce* (2005) e *Herbert de Perto* (2009).

Igualmente, duas produtoras, Matizar e Casa Azul, realizaram no período 6 documentário exibidos em sala. Ambas trabalham quase que exclusivamente com documentário. A Casa Azul, de Evaldo Mocarzel, produziu os documentários dirigidos pelo próprio, como *Do Luto à Luta* (2006) e *São Paulo Companhia de Dança* (2012). Já a Matizar realizou por exemplo os filmes *Cildo* (2010) e *Jogo de Cena* (2007).

⁷⁷ Como o OCA considera apenas a produtora majoritária, empresas como a RioFilme, grande agente dessa economia mas enquanto coprodutora, não despontaram nessa lista.

Duas empresas produziram 5 documentários, a Conspiração Filmes e a Zazen Produções. Tradicionalmente, a Conspiração atua mais no campo da ficção, tendo produzido 20 ficções ou animações no período, ou, ainda, com a publicidade, mas destaca-se a produção dos documentários *Surf Adventures* (2002) e *O mistério do Samba* (2008). A Zazen, de José Padilha e Marcos Prado, embora também realize ficções, começaram com o documentário e seguiram nele, tendo produzido filmes dirigidos pelos seus sócios como *Ônibus 174* (2002) e *Estamira* (2006).

Na sequência há três empresas que produziram quatro documentários no período de 19 anos aqui analisado, das quais citamos como exemplo a Tambellini Filmes, responsável por *Janela da Alma* (2002) e *Diário de uma busca* (2011).

Nove produtoras realizaram 3 documentários neste período, entre as quais destacamos a O2 Cinema, que embora tradicionalmente trabalhe com filmes de ficção, lançou documentários como *Lixo Extraordinário* (2011), uma das raras coproduções documentais do período, e *José e Pilar* (2010).

Em seguida, 44 produtoras realizaram dois documentários no período. Entre elas, citamos a Diler e Associados, que trabalha majoritariamente com a ficção, mas que neste período produziu *Nelson Gonçalves* (2001) e *Juízo* (2008); assim como a produtora de Paulo Sacramento, Olhos de Cão, que produziu seu próprio filme, *O Prisioneiro da Grade de Ferro* (2004), e um outro de Carla Gallo, *O Aborto dos Outros* (2008).

Finalmente, temos 168 produtoras que realizaram apenas um documentário nas quase duas décadas analisadas, como as responsáveis pelos três documentários de maior público: a 1001Filmes, com *Vinicius de Moraes* (2005); a Sports Target Media, com *Todos os corações do mundo* (1996); e a Anima Produções Audiovisuais, com *Pelé Eterno* (2004).

O resultado deste cenário é um mercado em que aumenta o número de lançamentos de documentários anualmente. No entanto, essa produção é majoritariamente realizada por produtoras estreantes, para as quais o documentário acaba sendo a “porta de entrada”, para depois seguirem atuando na ficção. São em geral empresas de pequeno porte que efetivamente viabilizaram o lançamento de um documentário, mas que a partir de então vão trabalhar com outros produtos, ou com produções destinadas a outras plataformas de exibição, em alguns casos mais acessíveis do que o cinema. De toda forma, na leitura desses dados percebemos, como já vimos, que a maior parte das produtoras brasileiras que produziram documentários nesse período o fizeram uma única vez.

b) Público médio por documentário

Esta análise visa a relacionar o número de lançamentos das produtoras e do público obtido com esses filmes. Se calcularmos a média de público por documentário exibido em sala de cinema entre os anos de 1995 e 2013, alcançaremos uma média de 12.650 espectadores por filme. Primeiramente é importante pontuar que as 7 empresas que tiveram os maiores público médios alcançaram-nos como resultado de um único filme, que estão listados entre os maiores públicos do documentário. Portanto, este número de público médio nesses casos não colabora com a economia do setor, visto que são casos pontuais.

Na sequência contamos com um conjunto de três produtoras que alcançaram uma média de público entre 50 mil e 40 mil pagantes, que são produtoras maiores que trabalharam com até cinco filmes e mantiveram uma média alta de público para os resultados obtidos nas salas. Podemos citar o caso da Conspiração, que lançou cinco produções e obteve uma média de 49 mil espectadores. Novamente, a bilheteria de um deles, *Surf Adventures* (2002), de 200 mil espectadores, colaborou para manter a média alta; no entanto, como há um número maior de documentários exibidos, já é possível ver uma atuação mais sustentável na economia do setor.

Na sequência encontramos um conjunto de cinco empresas cuja média de público fica na faixa de 40 mil a 30 mil espectadores. Elas fizeram entre um e três documentários cada, com exceção da Videofilmes, que produziu 13 e obteve uma média de 37 mil espectadores, o que é considerado bem acima da média.

Na faixa inferior, de 30 mil a 20 mil, contamos com 11 empresas que realizaram também entre um e três filmes. Já com uma média de público de 20 mil a 10 mil espectadores somam-se 28 produtoras, que realizaram em geral até três documentários. As exceções à regra são a G7 Cinema, com sete produções e média de 18 mil espectadores por filme, a Matizar Produções, com seis filmes e uma média de 11 mil espectadores, e a Zazen Produções, com cinco documentários e uma média de público de 16 mil.

No intervalo 10 mil a 1 mil espectadores, temos 93 produtoras que produziram igualmente até três documentários, com exceção da TV Zero, que produziu sete obras no período e possui uma média de 9,8 mil espectadores por produção.

Abaixo da média de 1 mil espectadores por filme encontram-se 73 produtoras, a maior parte tendo produzido apenas um documentário.

As conclusões da análise são que 72,7% das empresas (168) produziram apenas um filme exibido em sala de cinema nesses 19 anos analisados. Apenas 19 empresas (de 231) produziram mais de 2 documentários. Ademais, cerca de três em cada quatro documentários (74,4%) foram produzidos por empresas que só realizaram um ou dois documentários no período de análise.

Esse cenário denota que há uma frequência de filmes e de produtoras, mas não há uma regularidade por parte delas. Isso pode ser o resultado de empresas que trabalham quase que exclusivamente para realizar as produções de seus sócios, mas também em função de atuarem na produção de filmes para plataformas *online*, televisão ou publicidade. O campo da produção audiovisual cresceu muito e a demanda por produtos audiovisuais é muito extensa, portanto análises da real situação e atuação econômica dessas empresas demandariam um estudo econômico exclusivo do setor. O que podemos concluir, no que diz respeito ao documentário exibido em sala de cinema, é que são raras as produtoras que conseguem manter um fluxo de produção constante. Na maior parte dos casos, a reincidência vem de produtoras maiores e há mais tempo estabelecidas no mercado.

2.2.2.4. Distribuidoras que distribuíram documentários exibidos em sala (1995-2016)

Neste próximo item buscaremos analisar as empresas distribuidoras que estiveram envolvidas na distribuição de documentários exibidos em sala de cinema entre 1995 e 2016, conforme a tabela abaixo:

Tabela 5 – Número de distribuidoras por documentário lançado (1995-2016)⁷⁸

Número de distribuidoras	Documentários distribuídos por empresa	Total de documentários distribuídos	% de documentários distribuídos
112	1	112	22,90%
25	2	50	10,22%
9	3	27	5,52%
6	4	24	4,91%
7	5	35	7,16%
1	6	6	1,23%
1	7	7	1,43%
3	8	24	4,91%
2	11	22	4,50%
1	13	13	2,66%
1	14	14	2,86%
1	15	15	3,07%
1	23	23	4,70%
1	29	29	5,93%
1	33	33	6,75%
1	55	55	11,25%

Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

Nesses 22 anos atuaram neste mercado 173 empresas, dentre elas: um conjunto de distribuidoras exclusivas, que exercem, portanto, somente esta função; um conjunto de produtoras e distribuidoras, ou seja, empresas que trabalham nos dois setores; produtoras que exerceram a função de distribuição de seus próprios filmes; pessoas físicas que fizeram uma distribuição autônoma de seus filmes; canais de televisão que dispõem de empresas para esta função; ou ainda as chamadas *majors*.

Dentre as distribuidoras mais atuantes podemos citar a Riofilme (55 filmes), a Espaço Filme (33 filmes) e a Videofilmes (29 filmes). As três sozinhas distribuíram cerca de um quarto (24%) dos filmes nos 22 anos analisados (117 produções).

A distribuidora Espaço Filme é administrada por Adhemar Oliveira⁷⁹, criador igualmente do circuito de salas Espaço de Cinema, que atua primordialmente na distribuição de filmes nacionais. Já a Riofilme existe desde 1992, sendo ligada à Secretaria Municipal de Cultura do Rio de Janeiro. Ela foi central no período em que o cinema brasileiro passou pela crise dos anos 1990 com a extinção da Embrafilme e de investimentos no setor. Sua atuação

⁷⁸ Dos 476 documentários, 2 não possuem distribuidora, e 15 foram distribuídos por 2 empresas. O número de 'distribuições' é maior do que o de filmes pois em caso de codistribuição ambas as empresas foram contabilizadas.

⁷⁹ Adhemar Oliveira teve uma longa experiência como cineclubista, ainda nos anos 80, é hoje responsável pelo Circuito Espaço, circuito de arte de abrangência nacional. Também foi proprietário da distribuidora *Mais Filmes* com Leon Cakoff.

abrange setores como produção, distribuição, assim como políticas para o desenvolvimento do setor audiovisual carioca. Exerceu uma função importante na produção e distribuição dos documentários nacionais, sendo que aproximadamente 85% dos documentários em que a Riofilme trabalhou foram lançados até 2007.

Das outras distribuidoras que foram importantes neste contexto de distribuição de documentários em sala de cinema ainda podemos citar: Vitrine Filmes (23 filmes), Imovision (15 filmes), Downtown (14 filmes), Pandora (13 filmes), e Pipa e Elo Company (ambas com 11 filmes).

No entanto, se analisarmos aquelas empresas que distribuíram um único filme ao longo de 22 anos, verificaremos que elas são a maioria (112 distribuidoras, 64,7%). Se ampliarmos o grupo para abarcar aquelas que distribuíram até dois filmes, concluiremos que 79,2% das empresas (quase quatro em cada cinco) distribuíram um ou dois filmes nas duas décadas de análise. Podemos interpretar esses números como o resultado de um mercado que conta com poucas distribuidoras focados nos documentários e com atuação regular ao longo dos anos. Diante desse cenário de poucas empresas especializadas na distribuição do gênero, muitas produtoras passaram elas próprias a realizar a distribuição de seus filmes, buscando assim dar uma atenção e dedicação maior a eles. Isso pode efetivamente ocorrer, mas uma distribuidora tem, ou deveria ter, uma rede de contatos com os exibidores, um *know-how* de mercado, sabendo que tipo de trailer funciona melhor, onde divulgar o filme, que mecanismos de imprensa ativar etc. O papel exercido pela distribuidora é importante nesse processo e há uma razão para ela existir separadamente da produtora.

Há igualmente exceções, geralmente um filme sobre um ícone da música ou do esporte que pode interessar a uma *major*, ou ainda uma distribuidora nacional maior que busque ter em seu cardápio de filmes um documentário no qual ela queira investir no lançamento. No entanto, o cenário é dominado por distribuidoras pequenas, que acabam tendo menos recursos para competir em pé de igualdade no lançamento de seus produtos.

2.2.3. O resultado desta produção nas salas de cinema

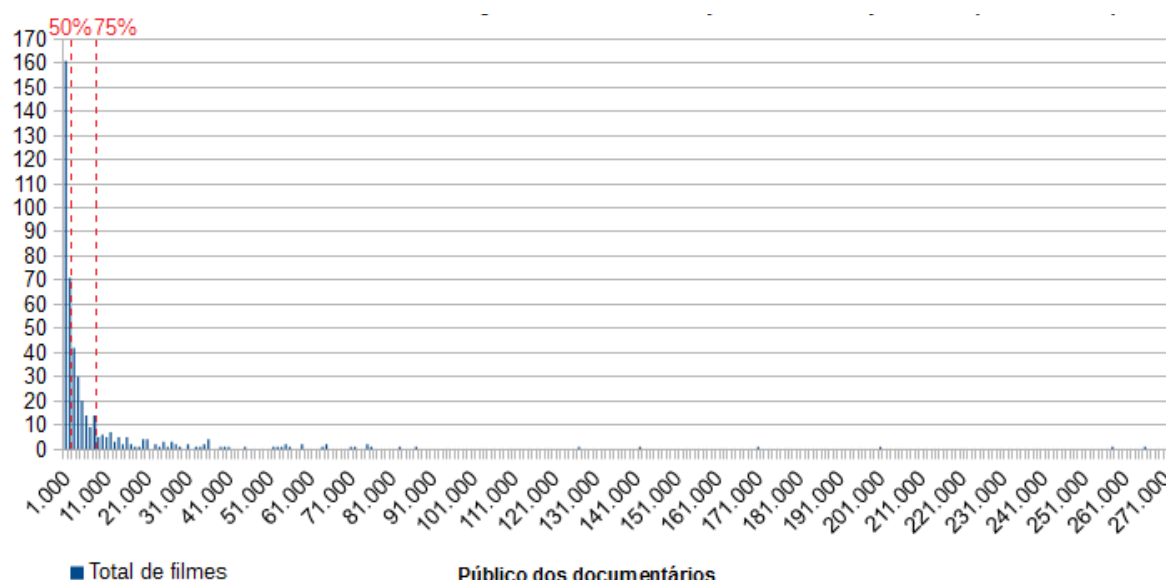
Neste próximo item vamos analisar os resultados de público alcançados pelos documentários nacionais que foram exibidos no circuito comercial brasileiro.

Num primeiro momento, propomos analisar a média de público alcançada pelos documentários ao longo desses 22 anos de análise. Num segundo momento, vamos examinar quais são as 20 maiores bilheterias do documentário e, finalmente, o público dos documentários nacionais e estrangeiros lançados no mercado de salas no Brasil.

2.2.3.1 O público dos documentários lançados e sua faixa de público (1995-2016)

Este próximo gráfico divide os 476 filmes⁸⁰ exibidos nesses 22 anos em faixas de público de 1 mil espectadores.

Gráfico 10 – Documentários brasileiros lançados no cinema por faixa de público (1995-2016)



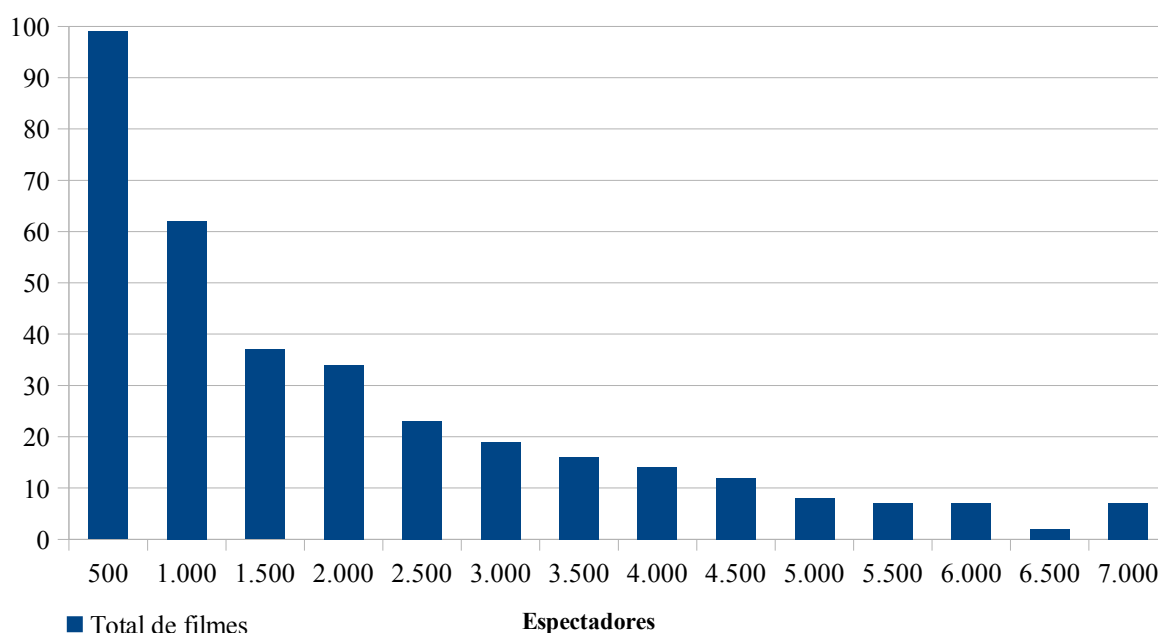
Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

A primeira impressão que se depreende desse gráfico é a vasta quantidade de produções de público relativamente pequeno. Segundo os dados, metade de todos os documentários lançados, ou seja, 232 produções, tiveram menos de 2 mil espectadores, e três quartos do total (347 documentários) obtiveram público de até 7 mil. Isso permite matizar a média de público das produções de todo o período analisado, que é de 10,4 mil espectadores. Na verdade, esse número esconde a grande desigualdade presente neste gráfico: mais de 80% das produções ficam abaixo dessa média de público.

⁸⁰ Treze deles não tiveram seus públicos contabilizados pela Ancine, portanto aqui se trabalha com o total de 463.

Como a escala do gráfico acima não permite visualizar os detalhes das categorias de público que esses filmes alcançaram, propomos ampliá-la para uma melhor análise. A proposta foi de excluir os 25% de filmes com públicos acima de 7 mil, e de verificar como se distribuem as produções restantes.

Gráfico 11 – Documentários brasileiros lançados no cinema por faixa de público – Produções com público abaixo de 7 mil espectadores (1995-2016)



Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

Conforme foi mencionado, 75% dos documentários (347 produções) obtiveram público de até 7 mil espectadores. Destes, 99 documentários (21,4% do total) alcançaram um público de até 500 espectadores e 62 fizeram entre 500 e 1 mil espectadores. Somando-os, vemos que pouco mais de um terço (34,7%) de todas as produções documentais exibidas entre 1995 e 2016 superou a marca de 1 mil espectadores. Esses números levam a crer que o documentário não tem alcançado um retorno positivo no cinema.

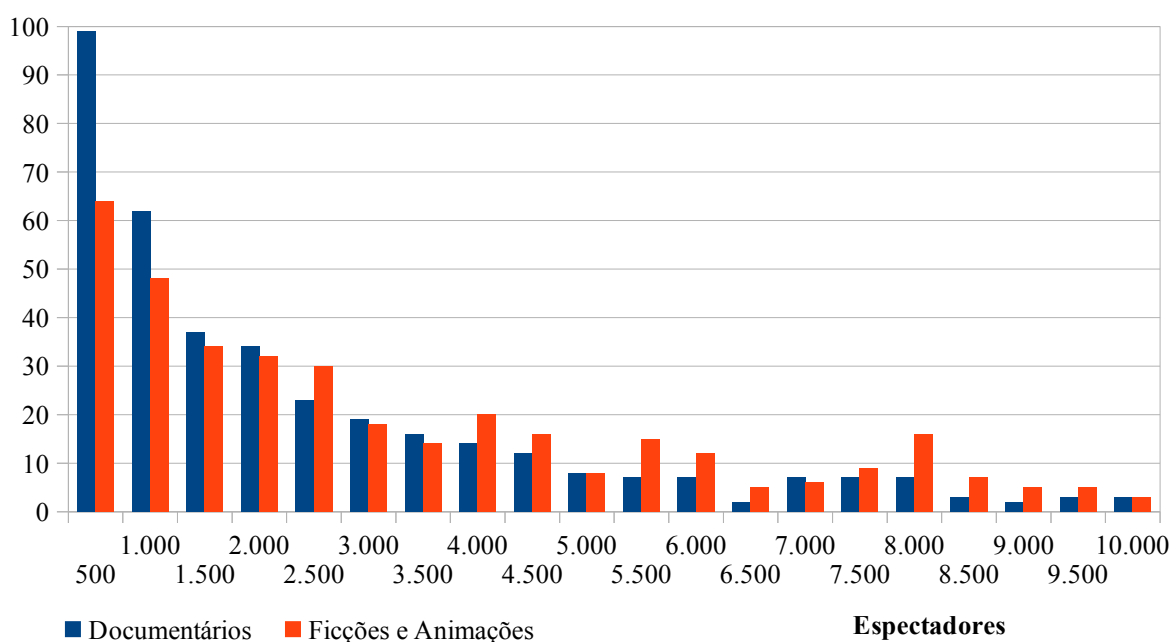
Evidentemente, o valor de um documentário não deve ser julgado pelo público que ele conseguiu nas salas de cinema; no entanto, a reflexão que podemos fazer aqui é que, para uma produção que buscou refletir artisticamente sobre um tema de relevância social; que teve um imenso trabalho de concepção, captação, edição, entre vários outros processos e que envolveu diversas pessoas e nichos econômicos que giram em torno da produção, distribuição

e exibição cinematográfica; enfim, para uma produção que levou meses ou anos de trabalho, um público no cinema inferior a 1 mil pessoas é extremamente baixo. Ao mesmo tempo, existem outras janelas de exibição – como a televisão ou serviços de VoD – que concedem uma continuidade de exposição aos filmes.

Contudo, é preciso ponderar que esses dados são igualmente resultado de um conjunto de fatores, dentre eles o próprio hábito de ir ao cinema, que tem cada vez mais se sintetizado em um consumo relacionado exclusivamente ao entretenimento, o que reduz, a procura por documentários. Somam-se a isso elementos como: número limitado de salas dispostas a exibi-los; reduzido tempo em cartaz e em poucos horários; produções com orçamentos enxutos e com pouca capacidade de promoção e divulgação. Tudo isso influi na disputa pela atenção de um público cada vez mais difícil para o gênero.

Apesar disso, essa dinâmica de público não é muito diferente no caso da ficção e da animação nacionais, conforme observaremos no próximo gráfico. Este cruzamento de dados busca comparar essa relação de faixa de público entre documentários, ficções e animações exibidos em sala de cinema nos últimos 22 anos.

Gráfico 12 – Filmes brasileiros lançados no cinema por gênero e faixa de público – Produções com público abaixo de 10 mil espectadores (1995-2016)



Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

É possível observar que, tanto com relação ao documentário quanto aos outros gêneros, há uma tendência semelhante: um número grande de produções acumulando poucos espectadores e pouquíssimos filmes concentrando bastante público.

Vale notar que o segmento de até 10 mil espectadores representa 80,4% de todos os documentários e 40,2% do grupo composto de ficções e animações⁸¹. Portanto, podemos afirmar que o movimento de concentração de público é o mesmo nos diferentes gêneros – com a ressalva de que o documentário, que culturalmente tem menor apelo comercial do que a ficção, tem um número menor de lançamentos, um público total significativamente menor (4,8 milhões contra 286 milhões, nas duas décadas de análise) e menor público médio (10,4 mil contra 314 mil).

Em uma análise conjunta entre os dois últimos gráficos poderemos constatar que os números mudam um pouco, mas a curva das faixas de público seguem uma mesma tendência entre o documentário, a ficção e a animação: mais filmes concentram-se em faixas de público inferiores, e em um número cada vez menor de filmes se concentram os grandes públicos, apresentando um gráfico em formato de “L”. Essa análise mais aprofundada da faixa de público dos filmes busca mostrar que públicos inferiores a 1 mil espectadores não são um fenômeno exclusivo dos documentários.

2.2.3.2. O número de salas no lançamento (1995-2016)

De modo geral, os documentários brasileiros não costumam realizar lançamentos em um amplo número de salas de cinema. Essa realidade pode ser evidenciada no próximo gráfico.

⁸¹ Embora a ficção também concentre uma maior faixa de público em filmes de baixo orçamento, pode-se admitir que a presença dos documentários provoca alguma alteração com relação a uma análise exclusivamente de filmes ficcionais; todavia, ela não é significativa. A curva descendente observada em todos os gráficos que organizam as produções em faixas de público não faz senão ficar mais branda, mas ainda bastante acentuada.

Gráfico 13 – Máximo de salas de lançamento (1995-2016)



Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

Dentre o conjunto de todos os documentários lançados entre 1995 e 2016, vemos que um quarto deles foi lançado em apenas uma ou duas salas; metade deles, em até cinco salas; e 78,2%, em até dez salas. Isso indica que o reduzido público em salas para esses filmes pode ser consequência do pequeno número de salas de exibição.

Mesmo assim, não há uma receita de sucesso simples a ponto de vincular o número máximo de salas e uma grande bilheteria. Há uma série de filmes que conseguiram alcançar um conjunto maior de salas, o que é importante para a sua carreira, mas que obtiveram um resultado relativamente fraco, diante do orçamento e do número de cópias distribuídas.⁸² É o caso de *Damas do samba* (2015), que com 9 cópias alcançou público de 716 espectadores; de *Soberano 2 – A heróica conquista do mundial de 2005* (2012), cujas 51 cópias lhe renderam 13,6 mil espectadores; ou ainda de *Pelé eterno* (2004), que foi lançado em 150 salas com um orçamento de R\$ 4,5 milhões e obteve 257 mil espectadores. Só para comparar com este último, tanto *Todos os corações do mundo* (1996) quanto *Vinicius de Moraes* (2005) conseguiram públicos superiores com número bem menor de cópias – 86 o primeiro, e 32 o segundo. Há exemplos contrários, que com um pequeno número de salas de exibição conseguiram alcançar muitos espectadores, como *Justiça* (2004), com três cópias e público de 28 mil, *Pro dia nascer feliz* (2007), com cinco cópias e 51 mil de público, e, caso extremo, *Janela da Alma* (2002), que foi lançado em quatro salas e obteve 141 mil espectadores.

O sucesso de um filme pode envolver variáveis que vão além daquilo que pode-se prever através do orçamento, número de cópias e salas de exibição, entre outros. Um elemento importante a ser avaliado com o número de salas de exibição é o tempo que um filme fica em cartaz, pois este pode ser exibido em um único cinema e construir seu sucesso ali. A título de exemplo selecionamos alguns filmes que fizeram bilheterias acima dos 50 mil espectadores e que tiveram um número baixo de salas exibindo-os: *Paulinho da Viola – Meu tempo é hoje* (2003), com 6 salas; *Edifício Master* (2002), com 7 salas; e *Santiago* (2007), com 3 salas. Vale destacar que todos os filmes listados foram distribuídos pela Videofilmes,⁸³ que é uma

82 Podemos quantificar essa “taxa de sucesso” por meio de um índice de espectadores/cópia, que mostra a correlação entre o público que o filme alcançou e o número máximo de salas em que foi exibido. Tal índice não tem um valor científico, pois vimos de dizer que há muitos outros fatores envolvidos no sucesso de um filme. No entanto, é possível afirmar que um índice baixíssimo de espectadores por cópia – por exemplo 151, caso do documentário *Cidade de Deus – 10 anos depois* (2015), resultado de 3,6 mil espectadores divididos por 24 cópias – indica que havia uma expectativa por parte da produtora de atingir um público maior, expectativa essa que não foi alcançada.

83 A empresa Videofilmes foi criada pelos irmãos João Moreira Salles e Walter Salles nos anos 80. Eles realizaram publicidade, séries para televisão e cinema, sendo que, em um primeiro momento, a empresa era

das empresas responsáveis pela produção e distribuição de parte dos filmes analisados no período.

Mauricio Andrade Ramos,⁸⁴ que foi diretor da empresa no momento da nossa pesquisa, opina que é muito difícil um documentário conseguir retorno financeiro: “Se considere um felizardo quem conseguir se remunerar, seja com seu trabalho de diretor, seja o trabalho de produtor, seja uma taxa de administração da produtora, quer dizer, já é uma coisa bastante difícil que você consiga ter um orçamento correto, justo.” (RAMOS, 2010).

Vemos, assim, que o retorno financeiro do documentário é algo difícil, porquanto se trata de um produto, na maior parte dos casos, com poucos atrativos comerciais. João Moreira Salles também compartilha da ideia de que dificilmente o documentário será um empreendimento lucrativo. Para ele isso se deve ao fato de ser um produto de nicho, visto e consumido por poucas pessoas:

O documentário não tem nenhuma característica da poesia, mas, assim como a poesia, conversa com menos leitores do que a ficção. E você não pode medir a poesia pelo número de leitores que tem. Quem lança poesia sabe que está lançando um livro que, com sorte, falará com 1.500 pessoas, uma tiragem de 3.000 é uma tiragem corajosa. Se você lançar um livro de poesia, achando que você vai lançar um livro de ficção, com 30 mil, você vai se frustrar. Isso não quer dizer que o poeta não queira e não se esforce para falar com essas 30 mil pessoas. (SALLES, 2010).

Para lançar um filme comercialmente, é preciso seguir algumas condições mínimas para que ele, independentemente de seu orçamento, “passe a existir”; caso contrário, a obra pode ter pouca ou nenhuma repercussão. Segundo Andrade Ramos, para um lançamento ser minimamente bem feito existem alguns elementos-chave que devem estar previstos no orçamento para não correr o risco de serem cortados por falta de verba: um número razoável de cópias, que varia conforme o orçamento; uma assessoria de imprensa;

destinada a projetos pessoais dos irmãos – posteriormente sendo ampliada para demais autores. Apesar de os dois atuarem em vários ramos do audiovisual, Walter demonstrou maior afinidade com a ficção e João com o documentário. Entre os filmes produzidos pela empresa se encontram, do próprio Walter, obras como *Central do Brasil* (1998), *Abril Despedaçado* (2001) e *Linha de Passe* (2008), além de diretores como Fernando Meirelles e Kátia Lund, com *Cidade de Deus* (2002), e Karim Aïnouz, com *Madame Satã* (2002). Entre os documentários, a Videofilmes produziu obras de João, como *Santiago* (2007), *Entreatos* (2004) e *Nelson Freire* (2003), além de diretores como Izabel Jaguaribe, com *Paulinho da Viola – Meu Tempo é Hoje* (2003), e Renato Terra e Ricardo Calil, com *Uma noite em 67* (2010).

84 Mauricio Andrade Ramos: produtor e distribuidor. Atual diretor executivo da empresa de cinema e audiovisual de São Paulo (SPCINE). Foi diretor da empresa Videofilmes até 2011. Lá atuou na produção de filmes como: *Central do Brasil* (1998), *Lavoura Arcaica* (2001), *Madame Satã* (2002), *Edifício Master* (2002), *Paulinho da Viola – Meu Tempo é Hoje* (2003), *Santiago* (2007), *Jogo de Cena* (2007), *Quincas Berro D'água* (2010), *Uma Noite em 67* (2010), entre outros, sendo que em alguns desses citados dividiu a produção com João Moreira Salles.

cartazes, *flyers* e fotos em alta resolução do filme; cópias do filme em fita betacam, dvcam e DVD; e um *trailer*. Os valores destinados para um lançamento podem variar imensamente. A Videofilmes costuma ser ponderada neste aspecto. Se a empresa vai distribuir um diretor estreante, tais valores devem ser muito bem pensados.

Acho que R\$ 150 mil é um documentário com um potencial, acho até uma soma alta. Agora, acho que por menos de R\$ 30 mil, R\$ 40 mil, você não faz um trabalho digno, e aí também o filme merece – independente do tamanho do seu público –, ele tem com certeza valores artísticos, tem valores didáticos, ele tem valor humano, independente do tema que ele escolhe. (RAMOS, 2010)

Uma estratégia de distribuição que merece ser mencionada é a do documentário *Santiago* (2007), de João Moreira Salles, realizada por Mauricio Andrade Ramos. O modelo adotado foi muito bem-sucedido. Segundo Ramos, houve um conjunto de fatores favoráveis e o filme “aconteceu”, tanto no nível da crítica como no de festival. Contou com distribuição própria e ultrapassou 50 mil espectadores. O filme teve três cópias. Uma delas ficou inicialmente no Rio de Janeiro e outra em São Paulo, tendo depois circulado pelo Brasil. A última ficou exclusivamente no Instituto Moreira Salles e lá permaneceu por um ano em cartaz, oferecendo uma sessão às 14h e fazendo uma média de público de 50 pessoas por sessão. Ramos considera que a disponibilização de muitas cópias pode tirar logo o filme de cartaz, por isso adotou a distribuição mínima.

O documentário é um tipo de produto que tem uma natureza de público especial e próprio: ele se torna conhecido num processo com um tempo diferenciado da ficção, precisando de um “boca a boca” para ir se mantendo em cartaz. João Moreira Salles considera que a redução do número de cópias pode ser uma boa aposta, sempre ponderando o tamanho do produto a ser lançado.

É melhor você lançar com 3 cópias e fazer 50 mil espectadores do que lançar 100 cópias e fazer 60 mil pessoas. O fracasso é maior e o desequilíbrio econômico é muito maior. Então, é preciso um pouco de bom senso e entender qual é o tamanho do seu público e querer ampliar esse público. (SALLES, 2010).

Conforme as palavras do documentarista, uma das questões fundamentais na distribuição de um produto é saber qual o universo de público daquele filme. Para Ramos, existem os “potencializadores” do filme – atores conhecidos, diretores, prêmios, tudo que seja um atrativo ao público –, mas ele ressalta que, no fundo, o que mais importa é o filme em si,

sua qualidade. No caso do documentário, os filmes musicais vêm se destacando por atrair plateias maiores e “interagir com esse público, passar alegria, entretenimento e emoção”, em sua opinião.

É bastante comum, no mercado da distribuição nacional, especialmente com os documentários, que a empresa distribuidora não arque com o risco do filme. Em regra, o que ocorre é destinar parte do orçamento da produção do filme para a distribuição, ou viabilizar isso por meio de prêmios:

Teoricamente, o papel de uma distribuidora – aí eu vou ter que me reportar aos Estados Unidos, que é um papel perfeito – é de fazer um orçamento de distribuição, que é responsabilidade do produtor, e ela prova que o risco é dela. Se ela buscou na bilheteria, buscou; se ela não buscou, ok. Não há hipótese de ser feito isso no Brasil, ninguém arrisca um centavo, a não ser os tais 10 projetos de características comerciais ano. (RAMOS, 2010).

2.2.3.3. As 20 maiores bilheterias do documentário (1995-2016)

Esta próxima tabela apresenta os maiores sucessos de público do documentário nacional nos 22 anos de análise.

Tabela 6 – As 20 maiores bilheterias do documentário (1995-2016)

Ano	Título	Diretor	Público
2005	Vinicius de Moraes	Miguel Faria Jr.	271.979
1996	Todos os Corações do Mundo	Murilo Salles	265.017
2004	Pelé Eterno	Anibal Massaini	257.932
2002	Surf Adventures	Arthur Fontes	200.853
2012	Raul, o Início, o Fim e o Meio	Walter Carvalho e Evaldo Mocarzel	170.471
2002	Janela da Alma	João Jardim e Walter Carvalho	141.360
2015	Chico - Artista Brasileiro	Miguel Faria Jr.	126.376
2002	Edifício Master	Eduardo Coutinho	86.483
2010	Uma Noite em 67	Renato Terra e Ricardo Calil	82.258
2015	Cássia Eller	Paulo Henrique Fontenelle	75.133
2012	A Música segundo Tom Jobim	Dora Jobim	74.901
2011	Bahêa Minha Vida	Marcio Cavalcante	74.857
2009	Simonal - Ninguém Sabe o Duro que Dei	Claudio Manoel, Micael Langer e Calvito Leal	71.056
2012	Tropicália	Marcelo Machado	70.995
2003	Nelson Freire	João Moreira Salles	64.264
2009	Aventuras do Surf II	Roberto Moura	64.017
2007	Cartola – Música para os Olhos	Lírio Ferreira e Hilton Lacerda	63.924
2013	Elena	Petra Costa	58.614
1999	Nós que aqui Estamos por vós Esperamos	Marcelo Masagão	58.577
2007	Santiago	João Moreira Salles	55.686

Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

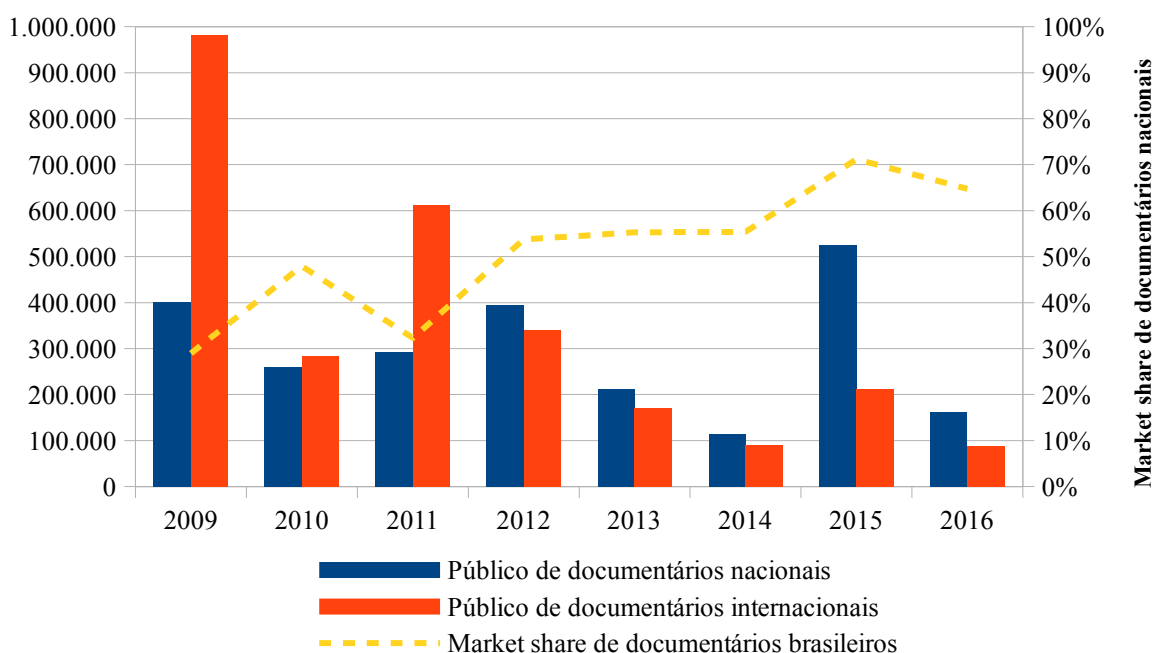
A primeira conclusão que se depreende da tabela é a predominância de filmes sobre a temática musical; dentre os vinte, 10 versam sobre esse assunto, como *Vinicius de Moraes* (2005), sobre a carreira do cantor, poeta e compositor; *Raul, o Início, o Fim e o Meio* (2012), sobre a vida do cantor Raul Seixas; e *Tropicália* (2012), a respeito do movimento cultural dos anos 60 que manifestou-se em diversas áreas artísticas, sobretudo na música. Os documentários sobre esporte resultaram em 5 lançamentos, sendo o conjunto maior sobre futebol (*Pelé Eterno*/2004, *Todos os corações do mundo*/1996 e *Bahêa Minha Vida*/2011). Os outros que saem do universo do futebol são os filmes *Surf Adventures* e sua continuação.

Os outros documentários fogem à regra, pois não fazem parte dessas temáticas e, ao mesmo tempo, não apresentam um conjunto de temas semelhantes entre si. São filmes de temas mais sociais, políticos, pessoais, ou uma mistura deles.

2.2.3.4. O público dos documentários nacionais x estrangeiros (2009-2016)

Embora haja um número maior de lançamentos de documentários nacionais no mercado brasileiro de salas em relação ao documentário estrangeiro, este obtém um público superior. A média de público por filme no período estudado (2009-2016)⁸⁵ no caso nacional é de 7 mil espectador por filme e, no caso estrangeiro 28 mil. Isso mostra que mesmo havendo mais lançamentos, o público do documentário nacional segue baixo relativamente ao número de lançamentos estrangeiros. No entanto, não podemos deixar de considerar que sempre que tratamos de distribuição precisamos levar em consideração um conjunto de fatores, como o orçamento do filme, número de cópias, quantidade de salas em que ele conseguiu ser exibido, tempo em cartaz para, então, poder melhor mensurar seu “sucesso” ou “fracasso”. No próximo gráfico poderemos verificar a comparação entre o público dos lançamentos.

⁸⁵ Neste caso, o período estudado ficou significativamente reduzido por limitações dos dados relativos aos filmes estrangeiros.

Gráfico 14 – Público de documentários brasileiros e estrangeiros (2009-2016)

Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

De imediato, vemos que no ano de 2009 tivemos a maior média de público referente aos lançamentos de documentários internacionais: 18 filmes, com uma média de público de 54 mil espectadores por produção. No entanto, essa média pode passar uma ideia equivocada se ela não for contextualizada com o maior sucesso de todo o período analisado. Ela foi alta basicamente em função do lançamento do documentário *Michael Jackson's This is it* (2009), com público de 712 mil espectadores. Este filme foi lançado no ano da morte do cantor, um dos mais venerados da atualidade. Acrescenta-se o sucesso o fato de ter sido um grande lançamento, tendo sido distribuído em 231 salas e pela *major* Sony. Neste ano, os documentários brasileiros tiveram 39 lançamentos, com uma média de 10 mil por filme. 2009 foi um ano em que tanto nos filmes estrangeiros como nos nacionais o tema da música prevaleceu.

No ano seguinte, outro documentário sobre música foi o mais assistido no país, *Uma noite em 67* (2010). Foi lançado pela Videofilmes em 26 salas e obteve um público de 82 mil espectadores. No cenário do filme estrangeiro, o campeão de bilheteria foi *Senna* (2010), filme inglês lançado pela Universal que obteve 216 mil espectadores. É interessante verificar que no ano de 2010 encontramos os públicos de documentários nacionais e estrangeiros praticamente emparelhados, sendo, no caso do brasileiro, um total de 260 mil espectadores e

no do estrangeiro 283 mil. No entanto, se analisarmos a média de público por filme, esta será bem diferente: 8 mil espectadores por filme no caso brasileiro (31 documentários lançados) e 21 mil por filmes no caso estrangeiro (13 documentários lançados). Isso mostra a importância de relacionarmos o público total do ano, mas também a média de público dos filmes, a fim de traçar uma análise mais completa do setor: seja por conta de um tema mais comercial, de uma estratégia de publicidade mais custosa, ou de mais investimento em cópias, os documentários estrangeiros conseguiram mais visibilidade.

Em 2011, foram lançados 15 documentários estrangeiros que fizeram um público de 611 mil espectadores. O maior êxito de bilheteria foi o filme *Justin Bieber: never say never* (2011), lançado pela Paramount, que obteve um público de 447 mil espectadores, sendo mais um exemplo de filme de sucesso de uma personalidade do universo da música pop atual.

Quanto a 2015, último ano que nos importa comentar, fica evidente, pelo gráfico, que foi um período em que o público total de documentários nacionais foi superior ao de documentários estrangeiros: 525 mil espectadores contra 212 mil. O amplo público da produção nacional resulta de um conjunto substancial de lançamentos, 50 filmes, contra 16 estrangeiros. Nesse ano, podemos citar duas coproduções, o que é pouco usual no caso do documentário nacional, e que tiveram uma boa resposta do público. O primeiro exemplo foi o filme *Sal da Terra* (2015 – Brasil, França e Itália) distribuído pela Imovision⁸⁶, sobre o fotógrafo Sebastião Salgado, que obteve 138 mil espectadores. O fato de ele ter sido o indicado ao Oscar de melhor documentário nesse ano colaborou com o êxito, além de uma codireção de Juliano Salgado, filho do fotógrafo, com o consagrado documentarista Wim Wenders. O outro exemplo é o *Olmo e a Gaivota* (2015 – Brasil, Dinamarca, França, Portugal e Suécia), dirigido por Petra Costa, que obteve 30 mil espectadores, lançado em 26 salas e distribuído pela Pandora.⁸⁷ Ainda podemos trazer os exemplos das temáticas do esporte e da música para os sucessos desse ano. O filme *Cassia Eller*, sobre a cantora, atingiu 75 mil

86 Imovision é uma distribuidora fundada pelo francês Jean Thomas Bernardini, que também é o proprietário das salas de cinema Reserva Cultural em São Paulo e Reserva Cultural em Niterói no Rio de Janeiro. A Imovision é uma distribuidora nacional especializada em filmes franceses, mas também distribui filmes nacionais independentes e documentários como: *Doutores da Alegria* (2005), *O engenho de Zé Lins* (2007), *Cidadão Boilesen* (2009), *Alô alô, Terezinha!*, *Prisioneiro da Grade de Ferro* (2004), entre outros.

87 A distribuidora Pandora Filmes foi criada por André Sturm em 1989 e distribuiu documentários como: - *O Cárcere e a rua* (2005); *Samba riachão* (2004) e *Dom Hélder Câmara – O santo rebelde* (2006). André Sturm é o atual secretário municipal de cultura de São Paulo, já acumulou várias funções no setor como diretor do Museu da Imagem e do Som de São Paulo (MIS), exibidor responsável pelo circuito Belas Artes, e presidente do Sindicato da Indústria Cinematográfica do Estado de São Paulo (Sicesp).

espectadores, lançado em 47 salas pela H2O Filme⁸⁸; *Chico – Artista brasileiro* (2015), que alcançou 126 mil espectadores, lançado em 52 salas pela Sony;⁸⁹ e *O dia do Galo* (2015), sobre o clube atlético Mineiro, com 30 mil espectadores, distribuído pela mineira Delícia filmes em 13 salas.

2.3. O documentário na televisão – pouca presença, poucos números

Neste último item vamos analisar alguns números da televisão aberta brasileira no que diz respeito à exibição de filmes. Uma vez que para este estudo a Ancine não fez a diferenciação por gênero, as informações dizem respeito tanto a ficções quanto a documentários e animações. Escolhemos apresentar os dados a seguir pois mostram a relação fortemente assimétrica entre a programação brasileira e a estrangeira.

Tabela 7 – Longas-metragens veiculados na televisão aberta (2016)

Emissora	Longas-metragens brasileiros			Longas-metragens estrangeiros			Total de títulos	Total de veiculações
	Nº títulos	Nº veiculações	% veiculações	Nº títulos	Nº veiculações	% veiculações		
Band	1	3	1,8%	90	161	98,2%	91	164
Globo	110	125	12,4%	747	885	87,6%	855	1010
Record	4	4	3,5%	95	111	96,5%	99	115
SBT	1	2	1,3%	102	147	98,7%	103	149
TV Brasil	92	229	71,1%	48	93	28,9%	140	322
TV Cultura	31	45	57,0%	26	34	43,0%	57	79
Total Geral	237	408	22,2%	1104	1431	77,8%	1338	1839

Fonte: TV Aberta – Informe Anual 2016 / Ancine. Elaboração: autora.

Através da análise desses dados fica evidente o baixíssimo número de obras brasileiras exibidas na TV aberta – com exceção da TV Brasil e da TV Cultura, onde o número de obras nacionais é maior que o das estrangeiras. A Globo até exibiu um grande número absoluto de longas-metragens brasileiros, mas que relativamente aos estrangeiros representam apenas 12,4%, ou seja, somente um a cada oito filmes. Já o número de longas-metragens brasileiros exibidos nas demais emissoras é irrisório: em todo o ano de 2016, a

88 A H2O é uma empresa nova no mercado que distribui filmes com um vocação comercial nacionais e internacionais, sendo o documentário uma exceção. É importante destacar que entre 2013 e 2016 Jorge Peregrino foi o diretor de planejamento da empresa. Peregrino é uma figura importante para o setor no país, e igualmente o responsável pela distribuição de filmes como *Pelé Eterno* (2004), pela United International Pictures (UIP) e depois *Vinicius* (2005) e *Coração Vagabundo* (2009) pela América Latina da Paramount Pictures. Também na extinta Embrafilme.

89 Sony Pictures faz parte do conjunto das majors, ela é administrada no Brasil por Rodrigo Saturino Braga, que foi anteriormente diretor na Columbia, tendo, anteriormente atuado na Embrafilme.

Record exibiu 4, e a Band e o SBT, apenas 1. Seria possível alegar que não são canais dedicados ao cinema, mas esse argumento cai por terra quando verificamos o número de longas-metragens estrangeiros neles veiculados⁹⁰: a Record exibiu 111, a Band 161, e o SBT 147. São número bastante alarmantes quando pensamos que estes setores não são regulamentados no sentido de apresentar uma grade mais diversificada. Num cenário já tão desolador para a exibição de filmes nacionais, pensar que o documentário possa encontrar espaço dentro de tal panorama sem nenhuma regulamentação é leviano.

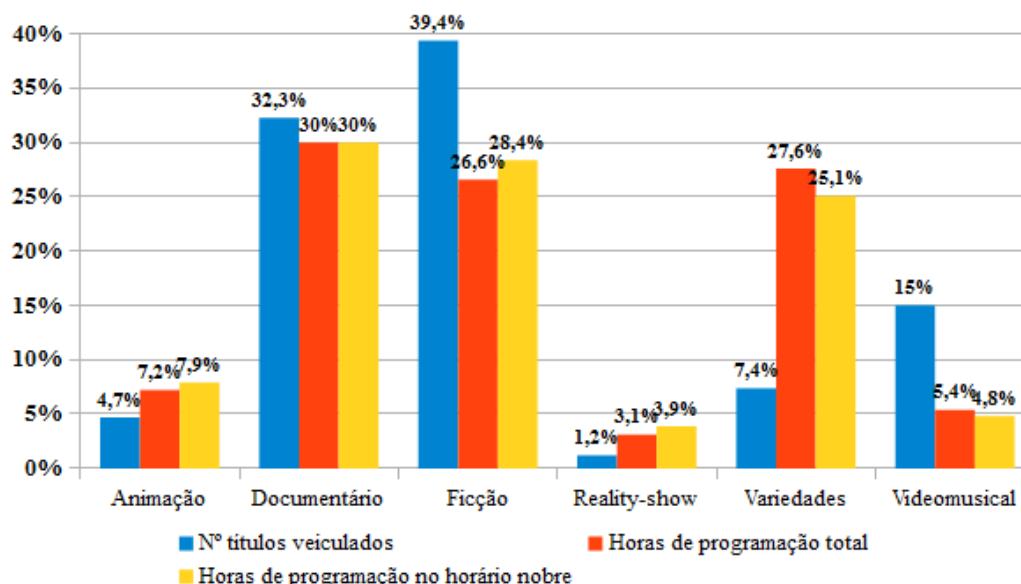
Se a televisão aberta não apresenta grandes perspectivas para a exibição de filmes brasileiros – embora tenha havido tentativas de regulamentação ao longo do período de redemocratização, uma das quais foi a Ancinav, tratada no capítulo anterior –, a regulamentação restringiu-se aos canais fechados de televisão. Com a aprovação da lei da TV Paga e suas cotas de exibição, igualmente tratadas no capítulo anterior, a produção nacional, não só de longas-metragens, passou a ocupar maior espaço nas grades de exibição dos canais.

Na sequência serão analisados alguns dados resultantes dessa legislação no que diz respeito ao documentário – neste caso os dados fazem diferenciação entre ficção e documentário, viabilizando uma análise mais precisa. É importante pontuar que apesar da Ancine, através do OCA, ter passado a mapear os dados da televisão paga, estes ainda são recentes. Dados sobre a televisão no Brasil, principalmente sobre número de horas e obras nacionais exibidas, só passaram a ser acessíveis após a regulamentação da Lei da TV Paga. Analisaremos, portanto, o Informe anual da TV paga, da Ancine, que apresenta os resultados dessa legislação do ano de 2016.

O gráfico a seguir apresenta a relação entre o percentual de títulos e horas de programação de obras brasileiras nos canais fechados de televisão. As informações são divididas por diferentes tipos de obras (animação, documentário, ficção, reality-show, variedade e musical) e sua ocupação percentual da grade horária: primeiro em relação ao número de títulos, depois em relação a toda a programação do canal, e finalmente apenas na faixa do horário nobre (das 18h à 0h).

90 Segundo o mesmo informe da Ancine, os outros canais, como CNT, Rede TV, TV Gazeta, não programaram nenhum título no período analisado.

Gráfico 15 – Comparativo entre o percentual de títulos veiculados, horas de programação total e horas de programação no horário nobre na TV paga – por tipo de obra brasileira



Fonte: Informe de Mercado – TV Paga 2016 / Ancine. Elaboração: autora.

O documentário e a ficção representaram a maioria dos títulos veiculados (71,7%), sendo que só o documentário representou 32,3% dos títulos. Isso denota que o documentário encontrou um espaço nos canais de televisão pagos, visto que é o segundo gênero mais veiculado.

Outro dado interessante disponível no Informe da TV paga é a relação dos documentários longas-metragens que foram exibidos na televisão, com seu número de reprises em relação ao público que eles obtiveram no cinema. Como exemplo podemos citar o filme *Do luto à luta* (2005), de Evaldo Mocarzel, que foi veiculado 141 vezes no canal Prime Box Brasil, sendo que no cinema foi lançado em 5 salas com um público de 3.107. Ou ainda a obra *Porto Alegre meu canto no mundo* (2007), de Jaime Lerner e Cícero Aragon, que contou com 130 veiculações, sendo que havia sido exibido em 2 salas e contou com 1.356 espectadores. Embora não tenhamos os dados de audiência desses filmes, eles encontram, através da exibição na televisão, um espaço adicional para continuar sua trajetória comercial, podendo provavelmente obter, na janela da TV paga, mais espectadores do que alcançaram na sala de cinema. Além de ser positivo para os próprios filmes beneficiados, isso pode colaborar

para a ampliação do público interessado no gênero, uma vez que a televisão alcança um maior número de pessoas.

CAPÍTULO III – A relação entre o Estado e as políticas para o cinema e o audiovisual na França

3.1 Um breve histórico

Neste capítulo nos dedicaremos a uma retomada histórica da cinematografia francesa tendo como referência o papel do Estado na construção de políticas públicas para o cinema e o audiovisual. Sem buscar fazer uma cronologia detalhada da relação entre o Estado e a cultura, é importante trazer alguns elementos que auxiliem na compreensão dessa origem. Não podemos esquecer que o cinema nasceu oficialmente na França e tem sido nesse país que experiências importantes vêm sendo realizadas, tanto no sistema de produção, distribuição e exibição de documentários, quanto na implementação de políticas de preservação do cinema nacional.

3.1.1 Da III República à Segunda Guerra Mundial

Basicamente, a institucionalização dos assuntos culturais na França se dá a partir da segunda metade do século XIX, no final do Segundo Império, quando Napoleão III nomeia Alexandre Colonna Walewski como ministro de Estado responsável pelas Belas Artes. Este inicia, em 1862, a construção da Ópera Garnier e apresenta um projeto de lei sobre a propriedade artística e literária. Sucede o ano de 1870, início da guerra entre a França e a Prússia, da qual a primeira sairia derrotada no ano seguinte. Neste período vemos duas tentativas frustradas consolidar a cultura por meio da criação de instituições. Em maio de 1870, o governo de Émile Ollivier cria o Ministério de Belas Artes, posteriormente ampliado para Letras, Ciências e Belas Artes, e o confia a Maurice Louis Richard. No entanto, esse ministério não integra os museus, os quais permanecem sob a tutela da Casa do Imperador, e a nova pasta não vai durar além do próprio ano de 1870. Suas atribuições serão basicamente repartidas entre o ministério de Trabalhos Públicos e o de Instrução Pública. A tentativa seguinte se deu em 1881, quando Léon Gambetta nomeou Antonin Proust ao recém-criado posto de secretário de Belas Artes, com estatuto de ministério. Proust criou instituições como a Escola do Louvre, de ensino de história da arte e museologia, porém seu mandato não durou

mais que três meses. Daí por diante, até a década de 1930, a institucionalização da cultura não teria peso político. Para Dubois, com a efêmera exceção da pasta de Antonin Proust, a partir de 1870 e

ao longo da III República, o tratamento governamental das belas artes permanece parcialmente assegurado por uma simples direção ou subsecretariado de Estado (criado em 1875) com atribuições que variam muito. Consideradas e debatidas repetidas vezes, a formação de um novo ministério e, com ela, a formalização de uma política artística não foram, no entanto, jamais alcançadas. (DUBOIS, 2001, p. 229).

A III República, o regime republicano mais longo da história da França (1870-1940), será um momento também de instabilidade gerado, principalmente, pelas três guerras que se sucederão neste período: a guerra franco-prussiana, que o inaugura, a Primeira Guerra Mundial e a Segunda, que o encerra. Após as duas experiências curtas e caóticas supracitadas no âmbito da cultura, os governos apenas instituirão um subsecretariado de Estado para as Belas Artes inserido no Ministério da Instrução Pública. Até os anos 1930, mais de uma dezena de subsecretários passarão pela pasta com ações pouco notáveis.

O ano de 1895 é dado como o ano oficial do nascimento da cinematografia, e já no ano seguinte tem início a época dourada do império *Pathé*. A inauguração da sociedade *Pathé Frères* é realizada com o objetivo de fabricar aparelhos elétricos, especialmente fonógrafos. Em 1897 a eles se associa Claude Grivolas que, juntamente com o financista Jean Neyret, fundam a *Compagnie Générale de Cinématographes, Phonographes et Pellicules*⁹¹ com foco na exploração comercial da nova tecnologia. A *Pathé Frères* se apresenta na Exposição Universal de 1900 e, já então, haviam passado da venda de aparelhos para a produção de filmes. Nos anos seguintes recebe pedidos de filmes do mundo inteiro e em 1904 abre seu primeiro escritório nos Estados Unidos, sob protestos americanos que reivindicavam monopólio do mercado nacional. Méliés e sua empresa *Star Film* já estava por lá desde 1902. Em pouco tempo a *Pathé* abocanha metade do mercado norte-americano. Desde 1904 também haviam se instalado em Moscou e Bruxelas.

Em 1905 abriram sucursais em Berlim, Viena e São Petersburgo. A partir de 1906 começam a abrir salas de cinema em Paris, com uma cláusula de exclusividade para seus filmes. Os concorrentes se apressam em abrir outras salas e em pouco mais de um ano Paris já contava com 100 salas de cinema. Vinte delas são afiliadas à *Pathé*, que alimenta duzentos

91 Cf. BOUSQUET, 1994, pp. 48-55, 61-73.

cinemas na França e Bélgica. De excelente qualidade, cada sala possuía sua própria orquestra sinfônica, cantores e, às vezes, uma equipe para reproduzir ruídos. A *Pathé* passa a conceder o monopólio a grupos regionais para a reprodução de seus filmes, fornecendo a esses grupos todo o material necessário, garantindo a exclusividade para eles (e deles) e recebendo uma porcentagem dos lucros. Em 1909, esse sistema foi aceito como nova norma pelo Congresso Internacional dos Produtores de Filmes, com sede em Paris. A ênfase da empresa foi dada à distribuição, ficando a produção em segundo plano. Em 1908 é fundada a *Le Film d'Art* com o objetivo explícito de produzir filmes a partir de roteiros assinados por autores contemporâneos e com artistas consagrados. Desta mesma época é a *Société Cinématographique des Auteurs et Gens de Lettres* (SCAGL), da qual Charles Pathé é acionista. Se entre 1906 e 1908, a *Pathé* havia liderado o mercado cinematográfico de Nova York com um terço dos filmes apresentados naquela cidade, isso não significava que os americanos não reagiriam. Em 1909 é criado nos Estados Unidos um órgão oficial de censura - o *National Board of Censorship*. A saída da *Pathé* é se voltar para a Europa central e oriental, regiões que ela já controlava através da seção fonográfica da empresa. A Primeira Guerra Mundial, entre 1914 e 1918, mudará para sempre a face da *Pathé*, já que, com o final da guerra, a concorrência aumenta. Os norte-americanos D.W. Griffith e Mary Pickford, ele um diretor de sucesso e ela uma das grandes divas do cinema mudo, juntam-se a dois outros famosos: Douglas Fairbanks, ator, e o brilhante Charles Chaplin para fundar a distribuidora United Artists em 1919.⁹² Os alemães tentam recuperar o tempo perdido inaugurando um grande estúdio conhecido pela sigla UFA, que será responsável por grande parte da idade de ouro do cinema daquele país.

Se os maiores estúdios do mundo estavam na França, entre os quais o Gaumont,⁹³ por todos os lados surgiam novos partícipes no mercado. Os cineastas de países dos dois lados do Atlântico tinham conhecimento das inovações lançadas. O mestre do cinema americano, David Wark Griffith não foi o 'inventor' da montagem propriamente dita, mais um experimentador esclarecido da narração cinematográfica vinda das experiências francesas.⁹⁴ Abel Gance tirará partido das lições de Griffith, de quem teve oportunidade de assistir a *O Nascimento de Uma Nação* (*Birth of a Nation*) em 1915, em Londres.

92 Cf. FINLER, 1997, p. 137.

93 A Gaumont produz em 1927 o filme épico de 6 horas sobre a vida de Napoleão, dirigido pelo inovador Abel Gance.

94 Cf. MARINONE, Isabelle. *Cinema e Anarquia. Uma História "Obscura" do Cinema na França (1895-1935)*. Tradução Adilson Mendes. Rio de Janeiro: Beco do Azogue Editorial Ltda, 2009, além de HAMUS-VALÉE, Réjane. *Les Effects Spéciaux*. Paris: Cahiers du Cinéma/SCÉRÉN-CNDF, 2004.

Se o protagonismo na produção e distribuição marcou esta primeira etapa das grandes empresas, o surrealismo será a nova marca artística do cinema francês. Nas palavras de Artaud: “Há no cinema uma parte de imprevisto e de mistério que não encontramos nas outras artes”.⁹⁵ A partir de 1924 o cinema surrealista rompe com qualquer forma narrativa ou sequência de roteiro. São notórias as experiências de Man Ray, de Hans Richter e de Fernand Léger. A partir de 1927, surgem nas telas *A Concha e o Clérigo*, de Germaine Dulac e Antonin Artaud, *Um cão andaluz* (1928) e *A idade do ouro* (1930), de Luís Buñuel.⁹⁶ Este último é um dos primeiros filmes sonoros filmados nos estúdios Billancourt nos subúrbios de Paris. Marcado por protestos em suas exibições, o vínculo entre cinema e política aparecia em toda a sua extensão.⁹⁷

Vale destacar que data do início do século XX o surgimento das chamadas Coletividades Locais, que desempenham um papel importante na política francesa de apoio à cultura. As coletividades trarão a intervenção das municipalidades nos setores artísticos e culturais, financiando, por exemplo, museus, bibliotecas e conservatórios de música, e, portanto compartilhando com o Estado o financiamento da cultura (POIRRIER, 2000, p. 27).

Se os anos 1920, em toda Europa, foram marcados por movimentos de contestação no campo das artes, isto pode ser observado também com relação à vida política de muitos países. Desde 1922 a Itália vivia a experiência fascista, sob o comando de Mussolini. A Alemanha debatia-se no confronto entre esquerda e direita, a profunda crise decorrente da derrota na Primeira Guerra e da crise de 1929 que levariam à queda do regime de Weimar e à ascensão do nazismo. Não seria diferente na França: desde o início dos anos 1930 o país passava por uma crise econômica e social que tem como consequência, em 1936, a chegada ao poder do *Front Populaire*⁹⁸, uma frente de esquerda que se manterá no governo até 1938. Será Léon Blum que dará a vitória ao *Front Populaire* e ficará à frente da primeira experiência socialista da III República. Seu governo foi determinante na maneira como o poder público abordou o setor artístico e cultural, maneira esta que pode ser esquematizada, segundo Poirrier, em três ideias-chave: (1) a convicção de que é necessário e legítimo que o Estado interfira financeira, administrativa e politicamente no domínio da cultura e isso passa pela construção de uma política; (2) a vontade de democratizar a cultura; (3) e, por fim,

95 Antonin Artaud, *Ouvres Complètes*, Tome III – Cinéma. *apud* MARINONE, I. 2009, pp. 186-333.

96 Cf. BUÑUEL, Luis. *Meu Último Suspiro*. Tradução de André Telles. Rio de Janeiro: Cosac Naify, 2009.

97 Protagonizaram as ações de protesto principalmente os Camelots du Roi e as Jeunesses Patriotiques, movimentos de extrema direita.

98 Para mais informações, ver ORY, Pascal. *La belle illusion: culture et politique sous le signe du Front Populaire* (1935-1938). Paris : Plon, 1994.

dedicar uma atenção especial à educação nacional, notadamente à juventude (POIRRIER, 2000, p. 30-31)

No dia 3 de maio de 1936 ocorre o segundo turno das eleições legislativas da França. A maioria dos votos vai para a coalizão de esquerda, o *Front Populaire*, liderada pela figura carismática do socialista Leon Blum. Juntamente com Blum, faziam parte da coalizão Maurice Thorez, do partido comunista, e Edouard Daladier, do partido radical-socialista. Esta vitória cria uma grande expectativa nas classes populares, abaladas pelos anos de crise econômica e, tão logo o governo se instala, começaram a eclodir greves em todo o país. Fábricas, canteiros de obras, minas e casas de comércio são ocupadas. Apesar deste clima, o governo consegue realizar um acordo entre representantes patronais e os sindicatos – os Acordos de Matignon – que introduz várias reformas no campo dos direitos sociais: descanso semanal remunerado, semana de 40 horas (no lugar das antigas 48h) para todos os assalariados, fundo nacional de desemprego e aposentadoria para os velhos trabalhadores. Além disso, reforma a organização do Banco da França, estatiza as principais fábricas de armamentos, estabelece os princípios da escola laica e cria um departamento interprofissional do Trigo para controlar a distribuição dos cereais e lutar contra os especuladores. A França de então se via dividida por forças políticas que defendiam o governo e grupos simpatizantes da extrema direita que já dominava a Itália (fascismo de Mussolini) e Alemanha (nazismo de Hitler). A Ação Francesa (*Action Française*) e as Juventudes Patrióticas (*Jeunesses patriotes*) são exemplos de grupos que pensavam numa saída autoritária e anticomunista para o país. Como os comunistas seguiam as determinações da Terceira Internacional (luta contra a burguesia e ataque ao capitalismo), muito cedo se abre a crise dentro do próprio governo, pois os socialistas (SFIO) eram vistos como simples reformistas.⁹⁹

A experiência do *Front populaire* foi extremamente marcante na história francesa, apesar do período restrito em que vigorou. Isto vale para o campo cultural onde, a entrada das massas populares no jogo político alterou a tradicional visão de consumo artístico. O cinema não ficou à margem dessas mudanças e vários cineastas registraram essas mudanças. Jean Renoir realizou filmes, hoje clássicos, sobre o período.¹⁰⁰

99 Para maiores detalhes sobre o Front Populaire ver: Louis Bodin et Jean Touchard. *Front populaire*, 1936, Paris, Armand Colin, 1985 (1re éd. 1961), 233 p. Ver também THÉORÈME. **Le Front populaire et le cinéma français** (vol. 27). Revue de l'Institut de Recherche sur le Cinéma et l'Audiovisuel. IRCAV. Paris : Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2017.

100 Filmes de Jean Renoir: 1936 – *La vie est à nous*; 1936 – *Le crime de monsieur Lange*; 1938 – *La Marseillaise*.

O Front Populaire tem a vontade de ‘popularizar’ a cultura, que considera muito elitista. Ele desenvolve os movimentos de educação popular e de juventude no Ministério de Educação Nacional [...]. Essa tendência atinge todos os setores mas particularmente o teatro e os museus, com o surgimento da preocupação da conservação dos ‘savoir-faire’ (etnologia), e uma política de abertura de museus. Além disso, com a invenção das férias pagas, nasce a noção de lazer. (MOULINIER, 2010, p. 4).

Provavelmente os dois grandes nomes desse período são Léon Blum e Jean Zay. O primeiro, importante nome do socialismo francês, foi presidente do Conselho de Ministros, portanto chefe do governo francês, de junho de 1936 a 1937, época em que conseguiu importantes avanços sociais, bem como a nomeação de três mulheres como secretárias de Estado. Jean Zay, jovem advogado e deputado, assume o Ministério da Educação Nacional e Belas Artes com apenas 32 anos. Ele democratiza e moderniza o sistema escolar francês, e prepara a criação do CNRS (Centro Nacional da Pesquisa Científica) e do Festival de Cannes, cuja primeira edição teria se dado em setembro de 1939, caso a Segunda Guerra Mundial não tivesse começado. Sob seu governo, foram criados o Museu do Homem (herdeiro do Museu de Etnografia do Trocadéro), o Museu de Arte Moderna e o Museu Nacional de Artes e Tradições Populares.

Embora neste período tenham sido realizadas mudanças importantes no setor cultural, esta política encontrou dificuldades em função da situação econômica que atingia então a França, assim como do pouco tempo que durou o governo socialista, e mesmo em função de elementos próprios ao regime parlamentarista, visto que “as modalidades de funcionamento entre a Câmara dos Deputados e o Senado representam uma verdadeira máquina de ‘enterrar’ os projetos mais inovadores” (POIRRIER, 2000, p. 37).

Como o momento político e econômico também prejudicava o cinema, apareceu a necessidade de se criar um local que unisse os profissionais do cinema francês e definisse os limites de suas atividades. Foi Guy de Carmoy, inspetor de finanças que formulou um documento sobre as causas da crise que vivia o cinema francês e apresentou a Jean Zay. Neste documento ele previa a criação de um órgão corporativo único, obrigatório e soberano, que viria futuramente a tratar-se do Comitê de Organização da Indústria Cinematográfica (COIC). Esse relatório daria frutos poucos anos depois, ironicamente no período de ocupação nazista na França, com o Regime de Vichy, quando então o cinema seria repensado para se tornar uma indústria¹⁰¹.

101 Mais informações em RIOUX, Jean-Pierre. *La vie culturelle sous Vichy*. Bruxelas: Complexe, 1999.

Embora a passagem do *Front Populaire* pelo poder tenha sido rápida, ela estreitou a relação entre o Estado e a Cultura, prática que será um pilar para propostas que serão seguidas nos anos futuros. “[...] a relação entre Estado e o cinema remonta a bem antes de 1959, antes de 1946, e antes de 1940. São os debates dos anos 1930 que contribuíram a constituir os fundamentos dos mecanismos existentes ainda hoje”. (AUCLAIRE, 2014, p. 19).

Após a invasão da Polônia pela Alemanha, em 1939, não tardou para que esta lançasse sua ofensiva ao ocidente, e a França foi ocupada em 1940. Um acordo foi firmado e a França foi dividida em duas partes: uma, que envolvia a região norte e ocidental, assim como a costa atlântica, administrada pela Alemanha; o restante do país teria um governo francês encabeçado por Philippe Pétain, a partir da nova capital na cidade de Vichy, no centro da França mas prestando contas ao invasor alemão.

Depois de assinado o Armistício¹⁰² (22 de junho de 1940) os cinemas de Paris reabriram e quatro ficaram exclusivos para as tropas alemãs (Rex, Marignan, Empire e Palais Chaillot). Os grandes centros de atividade cinematográfica foram diversificados, além de Paris, Marseille com os estúdios de Marcel Pagnol e Nice com os estúdios La Victorine. Foram proibidas as projeções de filmes americanos, deixando o mercado livre para a produção alemã, algumas italianas e as próprias francesas.

Segundo Bertin-Maghit (1978, pp. 91-93), a organização cinematográfica de 1940 a 1944 esteve na mão de um poder tricéfalo: o do governo, um Comissariado Geral da Informação, com um Serviço de Cinema que se tornará, em abril de 1942, a Direção Geral do Cinema; o do COIC (Comité de Organização da Indústria Cinematográfica), criado em outubro-dezembro de 1940; e o das autoridades alemãs por intermédio do Dr. Otto Dietrich e seus serviços de Propaganda Abteilung.¹⁰³

O serviço de controle dos filmes que até então estivera ligado à Direção Geral de Belas Artes torna-se Serviço do Cinema e fica vinculado ao Comissariado Geral da Informação. Até 1942 vai depender do Vice-presidente do Conselho que passa a ser o Diretor

102 O Armistício foi o acordo realizado quando do cessar-fogo e o fim das hostilidades entre as tropas do Terceiro Reich e as da República Francesa. Simbolicamente assinado em Rethondes, no mesmo local onde tinham assinado o armistício de 11 de novembro de 1918 que pôs fim à Primeira Guerra Mundial. Pela França assinaram o general Charles Huntziger e pelo embaixador Léon Noël. Receberam do general do Reich, Maxime Weygand, o novo Ministro de Defesa, as instruções formais de cumprir as três exigências alemãs: a ocupação total de todo o território, a entrega da frota e a instalação dos alemães em território francês.

103 Setor de Propaganda.

Geral do cinema, ligado ao Secretariado de Estado para a Informação, cujo ministro é Pierre Laval.¹⁰⁴

O Serviço de Estado do Cinema tinha três seções: 1) da indústria cinematográfica; 2) da propaganda, dividida em atualidades, documentários e cinema educativo; 3) jurídica e financeira. Havia, também, o serviço de censura sob a responsabilidade do Serviço Geral de Informação ligado à seção das indústrias cinematográficas, exercido por um secretário geral juntamente com uma comissão consultiva constituída por membros dos ministérios de Relações Exteriores, do Interior, da Defesa e da Juventude, do Comissariado da Família, do COIC e da Legião francesa de combatentes (BERTIN-MAGHIT, 1978, p. 95).

Em julho de 1940 o Dr. Dietrich ‘convida’ os profissionais do cinema a constituir um grupo corporativo para cada ramo da indústria: proprietários e diretores de salas, distribuidores de filmes, indústrias técnicas, técnicos de arte, atores e atrizes, produtores. Esta será a base do COIC. A propaganda *abteilung*, sob o comando de Dietrich, trata da censura, do controle do COIC e da propaganda propriamente dita. A UFA, empresa alemã, cria uma filial na França – a Continental. Esta será responsável por 30 dos 220 filmes realizados no período da ocupação. Os filmes são distribuídos pela Aliança Cinematográfica Europeia (ACE), de capital alemão. A UFA dirige a realização das atualidades cinematográficas para a zona ocupada: as Atualidades Mundiais.

Apesar da ocupação e do fato de boa parte dos diretores e atores terem migrado para outros países,¹⁰⁵ o cinema francês conheceu uma fase de expansão, principalmente entre 1942 e 1943. A receita do setor, que em 1938 era de 452 milhões de francos, passou para 915 milhões em 1943. Várias são as hipóteses para esse crescimento: provavelmente a mais relevante tenha sido a proibição da projeção de filmes americanos no território francês; mas não se pode negar a rearticulação do mercado, juntamente com a conjuntura de guerra – poucas atividades culturais e mesmo o conforto do cinema, em geral mais aquecido que a maioria das casas.

Contraditoriamente, através da Continental, o nível do cinema francês foi elevado em termos de padrão de profissionalismo e competência técnica. A reorganização da indústria cinematográfica também foi preparada através do COIC. E, ainda em janeiro de 1944, foi criado o Instituto de Altos Estudos Cinematográficos (IDHEC).

104 Pierre Laval, depois do Marechal Pétain é a figura mais importante do regime de Vichy. No final da guerra é preso e condenado por alta traição e fuzilado.

105 Estados Unidos e mesmo América do Sul receberam diretores e atores franceses: Jean Renoir, René Clair, Max Ophüls, Jean Gabin, Charles Boyer, Michele Morgan entre outros).

Com a desocupação da França pelos nazistas, o COIC será substituído pelo Gabinete Profissional do Cinema (OPC, na sigla em francês), que posteriormente se tornaria o Centro Nacional da Cinematografia (CNC).

3.1.2 O pós-guerra e a criação do CNC

Com o fim da Segunda Guerra, a França passa por um regime de transição, o Governo Provisório, comandado pelo general Charles de Gaulle. Antigo chefe da França Livre – resistência francesa durante a ocupação alemã –, presidente do Governo Provisório de 1944 a 1946, e posteriormente presidente da República de 1959 a 1969, De Gaulle foi uma das personalidades políticas mais marcantes da história francesa. Em meio à desorganização institucional gerada pela presença alemã, o Governo Provisório instala um programa de reconstrução e reforma.

Após a nacionalização das rádios privadas no final da Segunda Guerra Mundial, é criada em 1945, vinculada ao Ministério da Informação, a Radiodifusão Francesa (RDF) em substituição à Radiodifusão Nacional. Essa nova emissora não dispunha de autonomia, visto que se tratava de um canal de televisão do Estado. A RDF vai criar um novo canal de televisão em substituição à antiga emissora nazista *Fernsehsender Paris*, que se chamará *RDF Télévision Française*.¹⁰⁶

Em 1946 a França entra na sua IV República (1946-1958), em um regime parlamentar bicameral, onde o presidente da República é eleito por sete anos pelos membros das duas assembleias e possui poderes restritos. O governo estará na mão do Primeiro Ministro. A prova da instabilidade do sistema pode ser constatada pelo seguinte fato: enquanto dois presidentes estiveram no governo, vinte e um primeiros-ministros se sucederam. Será um período de reconstituição de uma França pós-guerra. Esse foi um momento favorável ao consumo do cinema, visto que este era um dos únicos lazeres disponíveis. No ano de 1947, a frequência das salas tem um pico de 423 milhões de ingressos (DEPÉTRIS, 2008, p. 79).

Em 1946 é criado o *Centre National de la Cinématographie*, posteriormente *Centre National du Cinéma et de l'image animée*¹⁰⁷ (CNC). O órgão nasceu com muitas finalidades, entre as quais a de proteger o cinema nacional da produção norte-americana que invadiu o mercado europeu no pós-guerra. Nessa época, a França estava com uma enorme

106 Em 1935, a Alemanha se tornou a primeira nação a introduzir o serviço de televisão regular. Joseph Goebbels, Ministro da Propaganda, viu o enorme potencial desse tipo de mídia para a divulgação da propaganda nazista, embora acreditasse que a melhor opção eram as exposições coletivas como no cinema ou no teatro.

107 Para mais informações, cf. Forest, C. *L'argent du cinéma*, pp.183-184.

dívida com os Estados Unidos e abrir o mercado francês aos filmes americanos foi a solução acordada para quitar parte dos débitos de guerra. Com a assinatura do acordo Blum-Byrnes,¹⁰⁸ tornou-se urgente criar na França um mecanismo para controle sobre os filmes norte-americanos.

Em 1949 a Radiodifusão Francesa (RDF) será substituída pela Radiodifusão de televisão francesa (RTF), que será encarregada do serviço público audiovisual. O modelo de funcionamento da empresa não mudou em relação à antiga RDF, mantendo-se subordinada ao Ministério da Informação e sendo um canal estatal.

O final da IV República significou, também, a crise do processo de descolonização – que marca a independência de uma série de colônias francesas, como a Argélia, Tunísia e o Marrocos. Um dos conflitos coloniais foi particularmente dramático: a Guerra de Independência Argelina, que durou quase 8 anos, e repercutiu na França causando forte instabilidade governamental. A gravidade da situação conduz, em 1958, ao desmantelamento da IV República e ao retorno do general De Gaulle, que consegue aprovar, por referendo, uma nova Constituição, a qual confere mais poderes ao presidente. Munido deste novo ímpeto, De Gaulle inaugura uma nova fase política, com importantes mudanças em vários campos, como na cultura.

[...] é necessário dar conta dessa conjuntura particular nascida na crise política de 1958, que, conduzindo a uma ‘nova ordem’ no campo político, cria condições para o surgimento de uma ‘nova ordem cultural’ na qual o Estado ocupa um lugar central. Trata-se de fazer reconhecer o Estado como um ator legítimo no mundo da cultura, quer dizer de admitir que certos aspectos da cultura competem a uma intervenção administrativa centralizada, nacional e especializada, se distinguindo dos demais departamentos ministeriais que até então tinham pretensões ou ações culturais, como o Ministério da Educação Nacional, da Juventude e dos Esportes, do Comércio e da Indústria (do qual o CNC depende), ou com menos sucesso, o Ministério dos Assuntos Estrangeiros. (DEPÉTRIS, 2008, pp. 52-53).

108 O acordo Blum-Byrnes foi um acordo franco-americano, assinado em 28 de maio de 1946 pelo secretário de Estado americano James F. Byrnes e pelos representantes do governo francês, Léon Blum e Jean Monnet, após longas negociações. Ele liquidou uma parte da dívida francesa (US\$ 2 bilhões) com os Estados Unidos após a Segunda Guerra Mundial. Uma de suas condições era que se suspendesse a interdição de filmes americanos adotada desde o início do conflito e mantida após o Regime de Vichy.

3.1.3 Malraux e a consolidação da política cultural

Em 1959 o recém-criado Ministério do Estado e dos Assuntos Culturais¹⁰⁹ nasce marcado pelo processo de institucionalização da política cultural, rompendo com uma política de belas artes anterior. Havia uma tentativa de restabelecer uma ligação entre o povo e a cultura através de uma democratização do acesso. Isso fica evidente nas palavras do artigo primeiro do Decreto nº 59-889 de 24 de julho de 1959, sobre como seria a organização da pasta. “O ministério encarregado dos assuntos culturais tem a missão de tornar acessíveis as principais obras da humanidade, e primeiro da França, ao maior número possível de franceses; garantir o mais vasto público para nosso patrimônio cultural e favorecer a criação de obras de arte e do pensamento que o enriqueçam”.¹¹⁰

O ministério foi comandado por ninguém menos que André Malraux, figura-chave no governo de Charles de Gaulle. A escolha do escritor, político e intelectual francês não foi casual. Além de sua atuação na esfera cultural, Malraux lutou entre 1936 e 1937 ao lado dos republicanos na guerra civil espanhola, contra os fascistas na Segunda Guerra Mundial e participou da Libertação da França, lutando na Resistência, em 1944, o que o aproximou do general Charles de Gaulle. A admiração entre eles era mútua, isso fica evidenciado no livro de memórias¹¹¹ onde De Gaulle descreve sua ligação e admiração para com Malraux, o que foi fundamental para a liberdade de ação de que este desfrutou enquanto ministro. Segundo Creton,¹¹² em 1946 Malraux pronuncia a famosa frase “cinema é uma indústria” e com isso queria dizer que o cinema era uma arte “séria” mas também que os desafios não eram só estéticos mas decorrentes de um reconhecimento institucional com implicações econômicas.

A personalidade de André Malraux assim como a sua trajetória conferem à sua ‘personagem pública’ propriedades excepcionais e particularmente úteis no singular contexto do advento e da legitimação da V República. Sua trajetória de intelectual engajado na luta antifascista lhe confere a benevolência de uma grande parte da oposição da época enquanto ele se beneficia de uma posição forte no espaço cultural, construída tanto em redor de sua consagração como ‘grande escritor’ (prêmio Goncourt de 1933 por *A Condição Humana*) quanto como crítico de arte. (DEPÉTRIS, 2008, p. 56).

109 Ao longo de sua história, este ministério mudou de nome numerosas vezes para englobar áreas como a Comunicação, a Educação, o Meio Ambiente ou até mesmo a Francofonia. Desde 1986, com exceção de um período de 1993 a 1995, o Ministério da Cultura passou a abarcar a Comunicação. A fim de facilitar a leitura, neste capítulo nos referiremos a ele como Ministério da Cultura, com exceção dos casos em que seja importante trazer esta diferenciação histórica.

110 Disponível em: <https://www.legifrance.gouv.fr/jo_pdf.do?id=JORFTEXT000000299564>. Acesso em: mai/2018.

111 *Les Mémoires d'Espoir* (Memórias de Esperança) são as memórias inacabadas de Charles De Gaulle. Foram publicadas em 1970 e cobrem o período de sua presidência.

112 Cf. CRETON, 2012, p. 19.

Esta sólida posição de Malraux lhe proporcionou estar à frente do Ministério dos Assuntos Culturais por dez anos (1959-1969). Ao longo deste período, no que toca especificamente ao cinema, sua atuação se dará no sentido de “impedir que os grandes meios de difusão contribuam ao aviltamento do homem”.¹¹³ Pode-se ver por este lema, além de um sentido de missão da cultura de “dignificar” a população, uma disposição de controlar o que os “grandes meios de difusão” pudessem exibir que não fosse considerado edificante.

Inicialmente vinculado ao Ministério da Indústria e Comércio, o CNC passou a integrar a pasta dos Assuntos Culturais a partir do decreto nº 59-212 de 3 de fevereiro de 1959.¹¹⁴ Além do CNC, também foram incorporados três departamentos do Ministério da Educação: Artes e Letras, Arquivos e Arquitetura.

A chegada da V República e a criação, em 1959, do Ministério dos Assuntos Culturais consagram o início da política cultural francesa fundada sobre a democratização da cultura, a progressiva estruturação da administração cultural, o desenvolvimento do planejamento cultural do território e o aprofundamento da legislação cultural. A partir dos ‘anos Malraux’, a noção de política cultural, ainda que extremamente improvisada no início, não para de se afirmar e de se aprofundar, e a administração dos assuntos culturais conhece um desenvolvimento notável. (MOULINIER, 2015, p. 5).

Malraux cria em 1959, através de um decreto, um mecanismo chamado “Adiantamento de receitas” (*Avance sur recettes*), que direciona uma verba para filmes de longa-metragem que tenham poucas chances de conseguir mecanismos de financiamento tradicionais. Por sua ampla extensão e pela lógica de auxiliar filmes com menos apelo mercadológico, este se tornou um mecanismo muito importante na política cultural francesa e do CNC.¹¹⁵ Também vale mencionar as “Casas de Cultura” (*Maisons de la Culture*), que são locais voltados à cultura instalados em várias cidades da França, como Rennes, Reims, Bobigny e Grenoble. A ideia já tinha dado frutos anteriormente na IV República com o *Front Populaire*, mas foi relançada e amplamente adotada por Malraux. Seu foco era descentralizar a cultura, e sua implantação acabou também por fortificar o elo entre o Estado e as

113 Anexo ao relatório da reunião plenária da Comissão de Equipamento Cultural, 16 de junho de 1966 *apud* DEPÉTRIS, 2008, p. 56.

114 Disponível em: <https://www.legifrance.gouv.fr/jo_pdf.do?id=JORFTEXT000000309377>. Acesso em: mai/2018.

115 O adiantamento de receitas, bem como outros mecanismos de auxílio e apoio ao cinema e ao setor audiovisual, serão analisados em detalhe mais adiante neste texto.

coletividades locais, as quais desempenham até os dias atuais um importante papel na política cultural francesa.¹¹⁶

Os estudos do Ministério da Cultura sobre os gastos culturais das coletividades públicas colocaram em evidência o fato de que o Ministério não é o principal financiador das atividades culturais: os municípios superam o Estado, mesmo contabilizando dentro dele a contribuição dos outros ministérios; e o aporte dos departamentos e das regiões é a esse respeito relevante. Dito de outro modo, o Ministério da Cultura é obrigado a colaborar com parceiros que, além disso, são numerosos.

Se levarmos em conta apenas os apoios institucionais à cultura, convém distinguir sete coletividades, de estatutos e níveis diferentes: de cima para baixo, a Europa, as administrações do Estado, as regiões, os departamentos, acordos intermunicipais, as cidades, e finalmente o mecenato das empresas ou de particulares. (MOULINIER, 2015, pp. 34-35).

Segundo Moulinier, a cooperação das coletividades públicas não é meramente descentralizada. O campo cultural tem um forte sistema de “financiamentos cruzados”: um mesmo projeto de equipamento ou atividade cultural recebe financiamento de variadas origens. Para se ter uma ideia de números, em 1978 (sob o governo de Valérie Giscard d’Estaing) as coletividades locais representavam 52,4% das despesas públicas culturais.

No que diz respeito ao cinema, o cenário encontrado por Malraux não era dos mais favoráveis. Depétris (2008, pp. 78-79) sugere separar em três momentos a ocupação das salas de cinema no país do pós-guerra até o final dos anos 1970: a era de ouro (1945-1957), com uma frequência média de 390 milhões de entradas por ano; um período de queda (1957-1969), passando de 411 milhões a 180 milhões de entradas anuais em média; e por fim um momento de estagnação e estabilidade na frequência (1970-1980). No momento em que o cinema teve sua queda nas salas de exibição, a partir de 1957, houve também o fechamento de pequenos circuitos. Neste período é possível verificar algumas mudanças nas práticas de lazer, uma vez que a oferta destas é ampliada, e que o número de televisores aumenta nos lares franceses.

A discussão da queda da frequência nas salas de cinema se amplia ainda para o início de um questionamento sobre a relação cinema x televisão. Em 1964, uma comissão paritária entre RTF e representantes do cinema francês se reúne para discutir a questão. O

116 Coletividade local ou territorial é o nome dado ao conjunto de divisões políticas e administrativas da França. A mais ampla das divisões são as regiões; o país tem 12, como île de France, Normandie e Provence-Alpes-Côte d’Azur. Cada uma é dividida em departamentos (96 na França metropolitana), como Ardèche, Charente-Maritime e Loire. Estes, por sua vez, podem ser subdivididos administrativamente (em arrondissements) ou politicamente (em cantons). Finalmente, temos as communes (cidades), cerca de 35 mil na França metropolitana como Paris, Lyon e Marselha.

ponto de vista dos representantes do cinema pode ser ilustrado por essa fala, citada por Depétris:

A RTF paga atualmente aos produtores um valor irrisório pela cessão dos direitos de transmissão de filmes longa-metragem, tendo em vista o preço médio que lhe custam seus próprios programas e a importância de sua clientela. [...] No seu início, a televisão francesa só pôde se desenvolver graças aos filmes cinematográficos, que lhe eram cedidos por somas ínfimas. [...] Dado o crescimento dos seus recursos e de sua audiência, a televisão deveria portanto valorizar seus preços de maneira substancial, e os produtores deveriam exigir uma indexação de remuneração que lhes é paga por seus filmes. (DEPÉTRIS, 2008, p. 84).

Em 1964, a fim de reformar a RTF e dar-lhe maior autonomia, ela é transformada no Escritório da radiodifusão de televisão francesa (ORTF)¹¹⁷, que doravante seria responsável pela radiodifusão, pela televisão pública e pela produção audiovisual. O objetivo era a modernização do serviço público de rádio e televisão na França. Em 1969, com a eleição de Georges Pompidou, antigo primeiro-ministro de De Gaulle, para a Presidência da República, algumas mudanças são realizadas. Intelectual, colecionador e amante de arte contemporânea, estava na política desde os anos 1940. Assim que assumiu o governo, trocou o ministro dos Assuntos Culturais, André Malraux, que ocupava o cargo havia uma década. De modo geral, Pompidou buscou em seu governo modernizar a França através de uma renovação econômica e industrial. Passou pela crise econômica mundial de 1973 e teve seu mandato interrompido em 1974 quando veio a falecer.

Já no início de seu mandato, ocorreram mudanças no mercado de distribuição francês. Ainda que fosse uma atividade fundamental na cadeia cinematográfica, a distribuição não recebia auxílios financeiros do CNC nos anos 1970. Além disso, havia grande concorrência com as sociedades de distribuição norte-americanas. Por conta desse contexto, as empresas Pathé e Gaumont se reuniram para criar o Grupo de Interesse Econômico (GIE) em 1969, dessa forma podendo ter mais força e competitividade, beneficiando-se da economia de escala e do poder de mercado. Por outro lado, a UGC, grande grupo de exibição cinematográfica nacionalizado e administrado pelo Estado desde a década de 1940, enfraquecida pelo cenário econômico, foi privatizada em 1970.

O Ministério da Cultura muda de configuração depois da saída de Malraux. Mas, como este havia ocupado o posto de ministro ininterruptamente de 1959 a 1969, houve uma certa estabilidade no setor com a continuidade das políticas por ele implementadas. Essa

¹¹⁷ Office de Radiodiffusion-Télévision Française.

relativa constância destoou muito do que viria nos oito anos que se seguiram, quando seis ministros bem diferentes ocuparam esse posto. Essa série de gestões fragmentárias provocou instabilidade, resultando, durante a década de 1970, numa perda, por parte do Ministério dos Assuntos Culturais, de sua influência na vida cultural francesa (DEPÉTRIS, 2008, p. 86). Outro sinal deste retrocesso foi o fato de ele perder seu estatuto de ministério, passando a ser uma secretaria de Estado no início do governo de Valéry Giscard d'Estaing (1974-1981). Para ilustrar essa menor importância dada à cultura sob a gestão giscardiana, Poirrier cita Jacques Rigaud, antigo diretor de gabinete do ministro da Cultura Jacques Duhamel (1971-1973): “Este é um dos enigmas giscardianos. Essa inteligência tão aguçada sobre os problemas de nosso tempo, que pressentiu e analisou antes de muita gente mudanças de nossa sociedade, passa ao largo do fenômeno cultural” (POIRRIER, 2000, p. 120).

Valéry Giscard d'Estaing, embora liberal, mantém o monopólio público da televisão, diferentemente do que iria acontecer no governo seguinte. Em 1974, o ORTF será dividido em sete empresas, sendo as três primeiras empresas nacionais de programas de televisão: TF1¹¹⁸ (*Télévision Française 1*), Antenne 2¹¹⁹, FR3 (*France Régions 3*). Uma outra seria uma sociedade de rádio (*Radio France*), e as outras três, estabelecimentos públicos: a Teledifusão da França (TDF), a Sociedade francesa de produção e criação audiovisual (SFP) e o Instituto Nacional do Audiovisual (INA).

3.1.4 Jack Lang e a ascensão da televisão

Em 1981, François Mitterrand, tendo concorrido várias vezes ao posto de Presidente – marcadamente com De Gaulle à eleição de 1965, e com Giscard d'Estaing em 1975 –, é eleito como candidato pelo partido socialista. Será uma figura marcante na política francesa, tendo participado da Resistência, começando sua carreira política em 1946, primeiramente como deputado, depois senador, tendo sido prefeito (Chateau-Chinon) e ministro em diferentes ministérios. Tendo maioria parlamentar confortável, Mitterrand fará reformas importantes. Em 1983, o Estado reduziu o orçamento geral, porém, proporcionalmente, não cortou tanto da cultura. Com Jack Lang como seu ministro da Cultura, o orçamento da pasta irá dobrar em poucos anos.¹²⁰ “Jamais uma administração

118 *Télévision française 1*, mais conhecida pela sigla TF1, é primeiro e mais antigo canal generalista nacional francês criado em 6 de janeiro 1975 para suceder o primeiro canal da l'ORTF. Em 1987 a TF1 será privatizada

119 *Antenne 2* será o futuro canal France 2.

120 Em 1980 o orçamento total do Ministério da Cultura era de 5.695 milhões de francos, em 1985 era de 11.633 milhões de francos. (POIRRIER, 2000, p.161).

conheceu em um ano um salto tão avançado. É um novo nascimento. A mudança é mais impactante que a criação do Ministério da Cultura em 1959.” (POIRRIER, 2000, p. 161). No entanto, o radicalismo das transformações não é mera questão orçamentária; as ações do novo ministro serão decisivas para o florescimento do campo cultural.

Jack Lang era um jovem militante que havia se afastado da política em 1965. Sete anos depois, foi nomeado diretor do Teatro Nacional de Chaillot pelo então presidente Georges Pompidou. Com a morte deste e a troca de governo, Lang foi destituído em 1974. Ao realizar uma despedida da vida pública encontrou Mitterrand, a quem apoiou, assim como grande parte da intelectualidade da época. Como consequência, entrou no partido socialista em 1977 e tornou-se ministro da cultura em 1981. Na gestão de Lang cria-se uma forte ligação entre economia e cultura, sendo esta relação agora um fator determinante para o desenvolvimento econômico. Será um ministério que terá muitos eixos de atuação, como no cinema e audiovisual, teatro, artes plásticas, música, entre outros.

Essa união entre cultura e economia será uma linha a ser seguida em seu mandato, o que fugia um pouco da cultura política do partido socialista. Empresas culturais passam a receber auxílio do governo, assim como medidas fiscais foram criadas tendo como princípio a ideia de que os agentes econômicos que compõem a cultura, mesmo que privados, devem receber apoio do governo.

Durante o ministério Lang, “na esteira dos anos 1970, as coletividades locais se dotam de verdadeiras políticas culturais. De modo geral, é o encontro do voluntarismo do Estado e daquele das coletividades locais que impõe sua marca aos anos 1980 [...]” (POIRRIER, 2000, p. 170). Segundo o autor, o peso das coletividades no financiamento da cultura é evidente: em 1984, o Ministério havia investido 10,67 bilhões de francos, enquanto que as coletividades locais (cidades, departamentos e regiões) haviam investido 24,33 bilhões de francos, cerca de 70% do volume investido em cultura nesse ano.

No âmbito da exibição cinematográfica, Lang buscou agir contra a concentração, realizando então uma reforma em 1981 na qual dissolve o GIE (Grupo de Interesse Econômico, união da Pathé e da Gaumont). No ano seguinte, como consequência, ambas as empresas flexibilizaram sua estrutura empresarial para não serem prejudicadas pelo controle exercido pelo governo. O objetivo da reforma, que era diminuir a concentração econômica nessa área, não foi atingido, segundo a análise de Depétris.

Na verdade, a dissolução do GIE Gaumont-Pathé imposta pela lei reforçou a existência de quatro circuitos, Gaumont, Pathé, UGC e Parafrance em detrimento dos exibidores independentes. Além disso, o apoio automático¹²¹ à exibição instaurado em 1983 se mostrou ser, na maior parte dos casos, benéfico à concentração na medida em que o ‘apoio’ gerado pelas diferentes salas pertencentes ao mesmo ‘circuito econômico’ pôde ser acumulado para criar ou expandir as salas desses circuitos em detrimento dos exibidores independentes. (DEPÉTRIS, 2008, p. 114).

A questão da exibição cinematográfica se colocou com força nesta época: em 1986, o cinema francês tem o seu pior número de frequentadores depois de 1947. Isso levou muitos exibidores independentes a pleitearem, junto ao governo, medidas de auxílio para manter suas operações, então enfraquecidas. Paralelamente, os grandes exibidores, os distribuidores e também os canais de televisão, cuja importância vinha gradualmente se acentuando, buscavam meios de aumentar sua rentabilidade nesse competitivo mercado. De certa forma, Lang herdava uma política pública cinematográfica que havia sido estruturada no período de Malraux com maior peso no eixo da produção fílmica, numa época em que não havia um cenário de competição tão forte com a televisão e outras formas de consumo de lazer e cultura, as quais contribuíram para derrubar a frequência dos cinemas.

Diante da pior taxa de frequência das salas de cinema das últimas quatro décadas, a gestão de Lang buscou apostar em grandes produções cinematográficas na tentativa de atrair de volta o público aos cinemas. Com esta finalidade, criou duas instituições: o Instituto para o Financiamento do cinema e das indústrias culturais (IFCIC, um estabelecimento de crédito criado a fim de ser o garantidor de empréstimos para empresas do setor cultural), e as Sociedades de financiamento do cinema e do audiovisual (SOFICA, um mecanismo de abatimentos fiscais que buscava atrair investimentos privados para o cinema). Ambas as políticas acabaram por provocar uma polarização na produção cinematográfica francesa: os filmes de pequeno orçamento seguiam financiados pelo adiantamento de receitas, os de grande orçamento o eram por meio desses dois mecanismos, e as produções de médio orçamento ficavam marginalizadas (DEPÉTRIS, 2008, p. 116).

A gestão de Jack Lang também foi marcada por uma reviravolta no regime televisivo francês até então sob monopólio do Estado: com a lei de 29 de julho de 1982, é proclamada a liberdade da comunicação audiovisual, na prática abrindo a possibilidade de haver canais de televisão privados. A ideia de canais pagos não era bem vista no meio cinematográfico, tampouco no partido socialista, que os considerava um privilégio de ricos. O

121 O apoio automático (*soutien automatique*) será analisado mais abaixo.

projeto do Canal+ fora discutido no partido no início da década de 1980 na forma de um canal cultural e educativo, mas sem acordo quanto à sua não-gratuidade. No entanto, uma iniciativa deste porte, naquela conjuntura, não seria viável sem a iniciativa privada.

[...] a criação deste quarto canal permitiria consolidar significativamente a imagem reformista da esquerda no que se refere ao audiovisual e constituiria uma inovação certa para um conjunto da sociedade. Mas tal medida custa caro (o custo de um canal suplementar é estimado em 1 bilhão de francos por ano), e o governo socialista se encontrava em uma situação conjuntural particularmente difícil, marcada pelo aumento do desemprego, agravamento do déficit público e instabilidade monetária. (DEPÉTRIS, 2008, p. 94).

Como resultado dessa impossibilidade financeira, além da constatação feita por estudos de viabilidade de que o canal precisaria de programas com mais apelo de público (como filmes recentes, eventos esportivos e musicais populares), o Canal+, concebido inicialmente como público e educativo, foi implementado de forma bem diferente, privado e com programação mais eclética, com a justificativa de assegurar sua rentabilidade. Suas emissões começam em novembro de 1984.

Pouco depois, em 1986, outros dois canais privados são criados, *La Cinq*, concedida a Jérôme Seydoux e Silvio Berlusconi, e TV6, em 1986.

As eleições legislativas de 1986 dão ampla vitória à direita, o que obriga Mitterrand a formar um governo de coabitação,¹²² nomeando opositores para importantes posições. O cargo de primeiro-ministro, que desde o início de seu mandato, em 1981, era de membros do partido socialista, passou às mãos de Jacques Chirac, político conservador. O Ministério da Cultura também trocou de ocupante, saindo Jack Lang para a entrada de François Léotard. Uma de suas ações mais marcantes foi a privatização da TF1. Além disso, por sua ação, a TV6 foi atribuída a outro grupo com um ano de existência, passando a chamar-se M6.

A abertura ao mercado, no entanto, não se deu de forma descontrolada. Sendo o Estado cioso do papel que tinha, fez acompanhar essas mudanças por uma estreita regulação.

A lei de 1982 revogando o monopólio prevê assim ao mesmo tempo a criação da Alta Autoridade da comunicação audiovisual – órgão de regulação independente e ‘ancestral’ do CSA – e as concessões acordadas aos difusores privados incluem especificações técnicas muito precisas estipulando várias obrigações a serem

122 Chama-se governo de coabitação quando o Presidente da República é de um partido e o primeiro-ministro é de outro. Como o presidente é eleito pelo voto direto, majoritário e o primeiro-ministro eleito indiretamente pela Assembleia Nacional, nem sempre as maiorias partidárias coincidem.

respeitadas (limitação de publicidade, financiamento do cinema, proteção da juventude etc.). [...] ¹²³

Mesmo com esse controle, a mudança representou um marco no cenário audiovisual francês, bem como colocou em evidência o papel que dali em diante caberia ao Estado nessa área. Tanto a consolidação da abertura da televisão ao mercado, quanto

as transformações econômicas e tecnológicas do setor audiovisual vão mudar a percepção da definição do papel do Estado nas questões audiovisuais. A partir de então, a multiplicação de canais de televisão e a liberalização do audiovisual transformam radicalmente, de uma parte, as relações entre a televisão e o cinema, e de outra parte, a própria economia do setor cinematográfico. (DEPÉTRIS, 2008, p. 92).

De fato, a partir dos anos 1980, a televisão se torna a principal fonte de financiamento dos filmes. Vista muitas vezes como inimiga do cinema por lhe arrebatar o público, a TV passa a ter com essa indústria uma relação ambígua. Os produtores de filmes de grande orçamento encontram nela um bom financiador e ela preenche seu horário nobre com filmes de apelo comercial. Ao mesmo tempo, os produtores independentes encontraram na televisão uma maneira de viabilizar a produção de seus filmes, visto que nas salas de cinema eles não obtinham resultados considerados relevantes (DEPÉTRIS, 2008, p. 113).

3.1.5 A exceção cultural e a resistência no século XXI

Na eleição presidencial de 1995, Jacques Chirac, ex-primeiro-ministro de Mitterrand e de Giscard d'Estaing, é eleito. Sua carreira remonta ainda ao governo de Georges Pompidou, de cuja gestão foi secretário dos Assuntos Sociais e de Estado. Ainda no segundo ano de seu governo, sua então ministra da cultura e da comunicação Catherine Trautmann sofre muitas críticas do setor cultural em função dos cortes orçamentários que a pasta sofreu. Em 1998, ela tenta passar um projeto de lei de reforma do audiovisual, mas sofre uma derrota. Em 2002 Jacques Chirac é reeleito. Em seus governos, surgirá um importante debate sobre a cultura, a globalização e as trocas comerciais entre os países.

Se voltarmos às origens, após a Segunda Guerra Mundial, mais de trinta países assinaram um Acordo Geral sobre Tarifas e Comércio (GATT), cujo objetivo era de relançar um mercado internacional que havia sido prejudicado com a guerra.

¹²³ ROZAT, Pascal. "Histoire de la télévision. Une exception française?" 2010. Disponível em: <<https://www.inaglobal.fr/television/article/histoire-de-la-television-une-exception-francaise>>. Acesso em: mai/2018.

As teorias liberais do livre comércio ganham a adesão do “mundo livre”, o recuo protecionista das grandes nações após a crise dos anos 1930 tendo sido analisado como um erro econômico que teria favorecido a guerra. A fim de conseguir este resultado, os Estados se engajam em primeiro lugar a renunciar progressivamente às medidas que limitam as importações de produtos estrangeiros [...]. Em segundo lugar, eles anunciam a decisão de pôr fim o mais rápido possível às práticas que distorcem a concorrência entre as empresas nacionais e estrangeiras (como as subvenções, empréstimos a taxa reduzida, etc).(GAUQUIÉ, 2012, pp. 57-58).

Essas nações realizam uma série de ciclos de negociação sob a égide do GATT, resultando em uma maior liberalização no comércio internacional de mercadorias. O último ciclo de negociações é a chamada Rodada Uruguai, que ocorreu de 1986 a 1994. Segundo Gauquié (2012), o objetivo desta rodada era de liberalizar os setores que os Estados Nações ainda protegiam, como os bens culturais. É a partir daí que se dá o intenso debate iniciado em 1993 relativo às produções cinematográficas e audiovisuais, principalmente entre os Estados Unidos e a França.

Durante esses anos de negociação é quando a França, apoiada por países europeus e Canadá, se recusa a aceitar as condições propostas pelo grupo liderado pelos Estados Unidos nas negociações sobre a liberalização do comércio de serviços. A defesa apresentada era que as obras audiovisuais não poderiam ser tratadas como uma mercadoria como as demais visto que são dotadas de sentido e identidade, e, portanto, não devem seguir as mesmas regras aplicadas ao comércio internacional. Defendia-se, assim, que o mercado cultural deveria representar uma exceção às normas comerciais; é a chamada exceção cultural. Gauquié (2012, p. 60) cita a obra *Exception Culturelle et mondialisation*, de Bernard Gournay, na qual o autor precisa que o voluntarismo político francês se inscreve dentro da crença de um valor da criação cinematográfica, onde se busca um pluralismo cultural a fim de combater os efeitos nefastos da comercialização da cultura. A negociação dessa questão cultural não foi pacífica. Em meio a essa polêmica, em 1993, os membros da delegação americana declararam:

Os governos têm o direito de subvencionar a grande música, a ópera, o teatro e a dança uma vez que são artes; ademais, é isso que faz o governo americano. Mas o cinema e a televisão não são de nenhuma forma arte: se trata de simples divertimento (entertainment), como os jogos de carta ou os passeios de bicicleta. (GAUQUIÉ, 2012, p. 61).

Tão exaltados foram os debates durante as discussões do GATT que o presidente da *Motion Picture Association of America* (MPAA), Jack Valenti, chegou a dizer aos

franceses: “Vocês fazem queijos maravilhosos. Continuem. E deixem-nos, sozinhos, fazer filmes”. No mesmo dia, ao ser questionado por um dos membros da delegação francesa que disse “Vocês já produzem 95% dos filmes do mundo ocidental, que vocês querem mais?”, respondeu “100%, é claro” (GAUQUIÉ, 2012, p. 61).

Os americanos tinham planos muito concretos para sua indústria e acabar com as legislações protecionistas era fundamental. Sua busca pelos mercados internacionais se dá pelo fato que desde os anos 1990 os seus produtos culturais representarem as principais exportações, ultrapassando inclusive setores com o automobilístico, e eles não poderiam deixar esse mercado ser barrado por leis protecionistas como as francesas. Por isso, a proposta deles nos acordos, no que diz respeito à cultura, era de, segundo Gauquié (2012, p. 61): ter livre acesso aos mercados (fim das cotas); terminar com a diferenciação de tratamento de produtos nacionais e estrangeiros (ou o fim das subvenções, ou o acesso de todos os países a elas); e por fim, conseguir que produtos importados recebessem o mesmo tratamento que os nacionais.

O resultado foi positivo aos defensores “[...] uma vez que o princípio da defesa da soberania dos Estados em implementar políticas nacionais de apoio à produção de obras audiovisuais foi homologado durante o desfecho da Rodada do Uruguai, em 1994.” (PITOMBO, 2009, p. 39). Dessa forma, a França e seus aliados nessa batalha conseguiram aprovar a cláusula da exceção cultural nos termos de alguns acordos comerciais sobre o audiovisual. Todavia, esse resultado não encerrou a polêmica nem a ação do bloco liderado pelos Estados Unidos. “[...] O fato de que a exceção cultural não tem um estatuto jurídico autoriza seu questionamento em todas as negociações posteriores à vitória na Rodada do Uruguai.” (GAUQUIÉ, 2012, p. 64).

A vitória é percebida não apenas como um ganho econômico protecionista, mas como uma corroboração das políticas governamentais francesas de apoio ao cinema e ao audiovisual. Para Laurent Créton, a conquista da exceção cultural permitiu

“[...] evitar uma enxurrada de desregulamentações, que teriam afetado duramente as indústrias cinematográficas e audiovisuais europeias. O princípio da exceção cultural adotado repousa sobre a convicção de que é importante não misturar tudo em um vasto escambo internacional, o qual englobaria indiferentemente agricultura, indústria manufatureira, serviços e cultura. O sistema de auxílio, de apoio e de regulamentação que existe na França, e que desempenha um papel determinante, foi preservado.” (2009, p. 87).

Toda essa negociação culminou na criação da OMC (Organização Mundial do Comércio). O nascimento da nova instituição, que incorporou o GATT em sua estrutura, se deu mediante o acordo de Marrakech, assinado em 15 de abril de 1994 por 117 países. No entanto, em uma estratégia política da União Europeia, o termo exceção cultural será transformado em diversidade cultural. Há duas visões apresentadas por Pitombo (2009, p. 40): Na perspectiva de Regourd, essa troca é motivada pela tentativa de obter maior consenso na União Europeia, visto que amplia sua gama de ação, pois exceção cultural remetia a uma demanda essencialmente francesa. Para Fajardo, foi uma maneira de diminuir a visão elitista sobre a expressão, assim como de ampliar a adesão de outros países à causa.

Nesse debate entre esses dois blocos e essas duas maneiras de enxergar a cultura, em 2001 a Conferência Geral aprova a Declaração Universal da Unesco sobre a Diversidade Cultural. Em uma nova etapa, agora passando do processo político para o jurídico, foi promulgado em 2005, na “33ª Conferência Geral da Unesco, a Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais foi adotada por 148 Estados-membros, recebendo dois votos contrários (Estados Unidos e Israel) e quatro abstenções (Honduras, Nicarágua, Austrália e Libéria).” (PITOMBO, 2009, p. 53). A origem disso tudo data de 1990 e de um longo processo de diálogo, numa busca da criação de uma legislação para uma regulamentação no campo da cultura, visto que esta vinha sendo tratada da mesma maneira que as demais mercadorias no mercado internacional.

A história da política cultural francesa é evocada em sua integralidade em um momento no qual a própria ideia da presença do Estado para proteger a diversidade cultural é posta em xeque, seja pelos atores internacionais, seja pela oposição interna. Nesse sentido, o artigo de 2003 do ex-ministro da Educação Nacional e Pesquisa Claude Allègre, lembrado por Gauqué (2012), recapitula todo esse passado para defender as políticas culturais francesas em defesa da produção cinematográfica e audiovisual diante de críticas que consideram a atuação do governo excessivamente intervencionista.

A exceção cultural deve ser defendida, no exterior face à ofensiva americana, no interior face à ofensiva liberal. No momento em que tudo parece ganho no plano internacional, tudo é com efeito questionado: tudo será bom para criticar e destruir o sistema francês. A ideia de que a cultura é, para um país como a França, um valor essencial que não pode deixar o Estado indiferente, ganhou seu prestígio graças a De Gaulle, que confiou a André Malraux a responsabilidade de pôr em prática essa ambição. Após um período de erosão, François Mitterrand retomou o bastão, ajudado pelo dinâmico Jack Lang. Dois períodos, dois impulsos, dois estilos, mas duas ações que contribuíram para fazer a França de hoje. [...] No cinema, qual é o

único lugar de resistência ao rolo compressor hollywoodiano, senão a França e sua política de auxílios? Nós podemos comparar com países que escolheram a “via do mercado”. Cinema italiano, alemão ou brasileiro, o que vocês se tornaram? E vocês haviam, no entanto, encantado o mundo! [...] A qualidade não se revela senão com o tempo. É por isso que a cultura não pode ser deixada unicamente ao mercado, reino do curto prazo.¹²⁴

3.2 – O funcionamento do CNC e seus auxílios ao cinema e ao audiovisual

3.2.1 A estrutura do CNC

O CNC é constituído por seis áreas, sendo que cada uma delas corresponde às atribuições e missões do próprio conselho: (1) Subvenção, (2) Regulamentação, (3) Promoção/Difusão, (4) Cooperação, (5) Negociação e (6) Proteção, as quais são brevemente desenvolvidas a seguir.

1) Subvenção. Um dos princípios do CNC é a subvenção, quer dizer, dar apoio à produção, distribuição e criação de curtas e de longas-metragens, desenvolvendo igualmente a exibição do setor cinematográfico. O órgão também atua no desenvolvimento de programas para a televisão, sempre buscando uma exibição internacional desse material. Uma preocupação com a digitalização e modernização das salas de cinema e de seus equipamentos tem sido um dos focos do CNC, inclusive beneficiando aqueles filmes que trabalham com a inovação tecnológica. Também entram no escopo da política pública incentivar: a produção de conteúdo para novas janelas como o celular; a produção dos suportes para obras audiovisuais, como DVD e Blu-ray, bem como o desenvolvimento do mercado de *Video on Demand* (VoD).

2) Regulamentação. Outro objetivo do CNC é de regulamentar as áreas do cinema, assim como o audiovisual, multimídia, o vídeo, e os jogos de vídeo. O órgão envia ao Ministério da Cultura propostas de melhorias nas leis ou regulamentações a fim de adaptar os mecanismos de financiamento, os procedimentos de auxílios e de controle de empresas à realidade atual do mercado. A aplicação dessas regras também é fiscalizada pelo CNC a fim de que haja equidade nas decisões jurídicas tomadas nelas inspiradas. Dentre outras funções, o CNC faz ainda a classificação dos filmes, libera o funcionamento das salas de cinema, regulamenta a exibição não-comercial (como sessões ao ar livre), emite as aprovações e

¹²⁴ ALLÈGRE, Claude. “Exception Culturelle”. L’Express, *Tendances*, 31 de julho de 2003. Disponível em: <https://www.lexpress.fr/tendances/voyage/exception-culturelle_495685.html>. Acesso em: mai/2018. Tradução nossa.

autorizações para obter de mecanismos de financiamento, auxilia na programação das salas e fiscaliza suas receitas de exibição.

3) Promoção/Difusão. O CNC tem um grande trabalho no auxílio à promoção e à difusão de filmes, com particular atenção aos filmes autorais ou pouco disseminados. Além das obras em si, considera-se a infraestrutura de exibição do país com ajudas para a modernização de salas de cinema independente e para a realização de cópias para cidades pequenas e médias. O órgão auxilia também na exibição de obras destinadas ao setor cultural, assim como na realização de festivais nacionais e internacionais, inclusive contribuindo financeiramente com seus prêmios. Os festivais de cinema são autônomos juridicamente, porém aqueles que apresentam uma vocação internacional são apoiados pelo CNC, como, por exemplo, o Festival Internacional de Cannes

Outro aspecto a se destacar é o apoio na distribuição e promoção dos filmes franceses no exterior através do UniFrance Film International¹²⁵ e da TV France International. É igualmente importante ressaltar a preocupação do CNC com a formação profissional com foco em indústrias de tecnologia, desenvolvimento de roteiro e realização de documentário. Sendo assim, um de seus programas, chamado de “Encorajar a criação”, busca ajudar novos diretores e formas de realização, com auxílios para escritura de roteiro em parcerias com órgãos, como o Conservatório Europeu de Escritura Audiovisual.¹²⁶ Essa instituição é financiada e pedagogicamente apoiada por um conjunto de profissionais do audiovisual provindos do CNC e de canais como TF1, *Arte*, *France 3*, *France 2* e *Canal +*. Um dos exemplos da preocupação do Estado francês com a formação profissional do setor é a Escola Nacional Superior das Profissões da Imagem e do Som (mais conhecida pelo antigo acrônimo correspondente a FEMIS – *Fondation Européenne des Métiers de l'Image et du Son*)¹²⁷, criada em 1986 e financiada pelo Ministério da Cultura e pelo CNC. Há também uma atenção

125 A UniFrance é um órgão sob controle público (notadamente do CNC) que acompanha os filmes franceses nos mercados internacionais, desde a venda até a distribuição, desde sua seleção em um festival de cinema reconhecido ou sua exposição em uma feira internacional até seu lançamento comercial em um ou mais territórios estrangeiros. Participa de mais de 60 eventos internacionais, dentre os quais feiras como a American Film Market e os festivais de Cannes, Berlim, Veneza, Toronto, Roma, Roterdã, San Sebastián, Brasília, Locarno, entre outros. Nesses eventos, a UniFrance facilita a presença das equipes artísticas, aciona os assessores de imprensa e relações públicas locais, e disponibiliza profissionais e espaços de promoção e comercialização. Disponível em: <<http://www.unifrance.org/>>. Acesso em: abril/2016.

126 Disponível em: <www.ceea.edu/>. Acesso em: abril/2016.

127 Com uma formação de alto nível, a Femis, com duração de três anos, ministra disciplinas focadas em todos os setores do cinema e da televisão. “A delegada geral da FEMIS coordena igualmente o Grupo Europeu de escolas de cinema e televisão (GEECT) espalhadas em aproximadamente 20 locais, que visa aproximar competências e meios técnicos para facilitar a coprodução dos filmes de final de curso, realizar encontros entre professores e conciliar os programas” (FOREST, Claude. *L'argent du cinéma*, p. 189).

especial do governo quanto à educação do público jovem para uma cultura cinematográfica e para a implantação do cinema em alguns locais de ensino. O CNC firmou uma parceria com o Ministério da Educação Nacional, do Ensino Superior e da Pesquisa a fim de disponibilizar material didático para ser trabalhado em sala de aula com alunos do primário ao ensino médio de modo a iniciá-los no mundo do cinema e despertar-lhes curiosidade. Simultaneamente, existe um trabalho junto às regiões francesas para fortalecer o interesse pelo cinema e audiovisual. Os chamados Polos regionais de educação artística e de formação de cinema e audiovisual utilizam os dispositivos já existente de trabalhos realizados com escola, já citados. Há também a Comissão Superior técnica da imagem e do som (CST), uma associação que existe desde início dos anos 1940, focada no cuidado com a tecnologias em suas diferentes áreas. É necessária a sua aprovação para a abertura de uma sala de cinema, por exemplo.

4) Cooperação. Pensando em descentralizar a gestão cultural, o CNC construiu uma rede de pessoal especializado nas diretorias regionais de setores culturais¹²⁸, do Ministério da Cultura. Em 2009, 16 diretorias tinham ao menos um conselheiro especializado em cinema e audiovisual. Nas 10 diretorias restantes, os conselheiros responsáveis pela área tinham formação multidisciplinar. De maneira geral, a missão dos conselheiros era de acompanhar a implantação de políticas culturais (festivals, formação de público, entre outros), informar profissionais quanto a apoios financeiros para áreas específicas, bem como de oferecer orientações na criação de políticas regionais para o audiovisual. Além disso, para fortalecer o setor do cinema e do audiovisual enquanto polo local econômico e cultural, o CNC tem uma política de cooperação com os três níveis das coletividades territoriais do Estado francês: as regiões, os departamentos e os municípios. Essas convenções são um instrumento de diálogo, negociação e execução de ações conjuntas de modo a levá-las a termo de modo coerente e transparente. Financiados pelas duas partes, mas minoritariamente pelo CNC, tais acordos abarcam o auxílio à criação, produção e realização de filmagens, ações de educação para o cinema, difusão cultural, valorização do patrimônio cinematográfico e audiovisual, assim como a exploração cinematográfica. No fim de 2009, havia convenções firmadas com 24 das 26 regiões francesas, além de 7 departamentos, a Eurometrópole de Estrasburgo e a cidade de Paris.

5) Negociação. O CNC trata, com o Ministério da Cultura e da Comunicação e com a Direção de Negociações Europeia e Internacional¹²⁹, de questões de política multilateral

¹²⁸ Direction Régionale des Affaires Culturelles (DRAC, na sigla em francês).

¹²⁹ Direction des Affaires Européennes et Internationales (DAEI, na sigla em francês).

relacionadas ao setor cinematográfico e audiovisual, sejam elas europeias (como questões relacionadas à UE), internacionais (como tratados e acordos da Unesco ou OMC), ou acordos de coprodução, sem deixar de fazer referência ao Ministério de Assuntos estrangeiros. O CNC dispõe de acordos firmados de coprodução com vários países, entre os quais o Brasil. Os órgãos se encarregam da análise e do acompanhamento do conjunto de assuntos técnicos e jurídicos que incidam sobre o setor audiovisual. Além disso, a Direção de Negociações Europeia e Internacional, em estreita relação com a UniFrance, do CNC, contribui para o auxílio de exibição, contribui na divulgação dos filmes franceses nacional e internacionalmente, oferecendo cópias gratuitamente em alguns casos.

6) Proteção. O CNC é responsável igualmente pelo patrimônio cinematográfico através da Diretoria do Patrimônio Cinematográfico, onde trabalha com tudo aquilo que diz respeito à coleta, conservação, armazenamento, tratamento e valorização, englobando obras filmicas ou livros, arquivos, jornais e documentos em geral. Sendo assim, o CNC assume a tutela, o amparo financeiro e a coordenação de instituições como a Cinemateca Francesa¹³⁰ e a de Tolouse¹³¹, assim como o Instituto Lumière de Lyon¹³². Enfim, auxilia em iniciativas pedagógicas, de formação ou promoção desse patrimônio, assim como em parcerias com instituições internacionais. Há, igualmente, o Serviço de arquivo do film (*Service des Archives du film*¹³³) localizado no Bois-d'Arcy,¹³⁴ que foi criado em 1969 para restaurar e conservar os filmes e reúne uma coleção de obras sendo a maior parte delas francesas. O CNC possui 11 direções e serviços como patrimônio, cinema, dados e estatísticas que, individualmente, são responsáveis por um conjunto de ações ligadas ao tema de cada direção: elaboração, aplicação e fiscalização de auxílios destinado as determinadas áreas.

Para complementar as atribuições e missões do CNC, citaremos alguns outros aspectos importantes de seu funcionamento. Todos os filmes, nacionais ou estrangeiros,

130 A Cinemateca Francesa criada e 1936 por Henri Langlois, Jean Mitry e Georges Franju, além da coleção de filmes que conserva, conta com um museu, cinema, biblioteca – Biblioteca do filme, assim como programações culturais variadas. Disponível em: <<http://www.cinematheque.fr/>> Acesso em: abril/2016.

131 Uma outra cinemateca foi criada na cidade de Toulouse em 1958, ela conta com programação cultural e exposições frequentes, assim como uma biblioteca. La igualmente podemos encontrar coleções de filmes, assim como exposições e exposições. Disponível em: <<http://www.lacinemathequedetoulouse.com/>> Acesso em: abril/2016.

132 O Instituto Louis-Lumière de Lyon conta com um museu, biblioteca, cinema, exposições e programações culturais frequentes. Criado em 1901 Disponível em: <<http://www.institut-lumiere.org/>> Acesso em: abril/2016.

133 Em um acordo realizado entre a Cinemateca Francesa e o Estado, parte dos filmes de nitrato forma da cinemateca foram transferidos para Bois d'Arcy e Saint-Cry (que se localiza nos arredores) em condições apropriadas.

134 Bois-d'Arcy é uma cidade na região administrativa da Île-de-France, no departamento de Yvelines. A comuna possui 12.693 habitantes segundo o censo de 1990.

longas-metragens ou curtas, trailer, que tenham uma exibição pública na França necessitam de um número de visa e uma classificação indicativa para a sua exibição e devem ser pedidos aos Comitês de Classificação e depois à Comissão de classificação de obras cinematográficas que emitirão um parecer que, em seguida, será direcionado ao Ministério da Cultura que emitirá o visa e confirmará a classificação.

3.2.1.1 O funcionamento do CNC

O CNC foi progressivamente se estruturando e tem autonomia financeira do Estado, pois é mantido através de taxas cobradas que vão diretamente para ele. Essas taxas vão gerar o Fundo de Apoio do CNC. Em 2017, segundo dados do CNC, esse fundo comportava 633 milhões de euros. Tais taxas são provenientes de quatro fontes: preço dos ingressos da sala de cinema (Taxa especial Adicional – TSA), criada em 1948; taxa sobre os editores e difusores de televisão (maior parte do orçamento), criada em 1984; taxa sobre Vídeo e VoD (1992); e outras receitas. Em 2017 essas quatro taxas representavam em ordem: TSA 21% (140,9 milhões de euros), televisão 76,4% (513 milhões de euros), Vídeo e VoD 2,5% (17,1 milhões de euros) e outras 0,1% (0,05 milhões de euros). Esses dados podem ser vistos na tabela abaixo:

Tabela 8 – Fontes de financiamento do CNC em 2017

Taxas e reservas	Produto das taxas e reservas em 2017 (em milhões de euros)	Produto das taxas e reservas em 2017 (em %)
Produto das taxas	633,2 M€	92,6%
Reservas	50,6 M€	7,4%

Taxas	Produto das taxas em 2017 (em milhões de euros)	Valor parcial em relação às taxas em 2017 (em %)
TSA	140,9 M€	21,0%
Taxas de editores e distribuidores de TV	513,0 M€	76,4%
Taxas de vídeo e VóD	17,1 M€	2,5%
Outros	0,05 M€	0,1%
Taxas de gestão	37,8 M€	5,6%
Reservas	Produto das reservas em 2017 (em milhões de euros)	Valor parcial em relação às reservas em 2017 (em %)
Reserva de solidariedade plurianual	27,0 M€	53,4%
Reserva de fundos exportação	8,5 M€	16,8%
Reserva digital	15,1 M€	29,8%

Fonte: CNC. Elaboração: autora.

Na imagem abaixo do CNC, é possível visualizar a repartição dos recursos nas diferentes áreas referentes a 2017:

Tabela 9 – Destino dos financiamentos do CNC em 2017

Área	Categoria	Montante (em milhões de €)	Parcial da área
Cinema (300,55 M€) (43,9 %)	Apoios automáticos	184,65 M€	61,4%
	Produção	81,29 M€	27,0%
	Distribuição	34,48 M€	11,5%
	Exibição	68,88 M€	22,9%
	Apoios seletivos	115,9 M€	38,6%
	Produção e criação	49,11 M€	16,3%
	Distribuição	15,15 M€	5,0%
	Exibição	23,84 M€	7,9%
	Difusão do cinema	27,81 M€	9,3%
Audiovisual (271,74 M€) (39,7 %)	Apoios automáticos à produção audiovisual	224,5 M€	82,6%
	Apoios seletivos à produção e à criação audiovisual	47,24 M€	17,4%
Dispositivos transversais (93,86 M€) (13,7 %)	Apoios automáticos	14,01 M€	14,9%
	Produção e VbD	5,51 M€	5,9%
	Exibição	8,5 M€	9,1%
	Apoios seletivos	79,85 M€	85,1%
	Indústrias técnicas	6,06 M€	6,5%
	Video e VbD	7 M€	7,5%
	Inovação e videogames	11,17 M€	11,9%
	Promoção / exportação	22,4 M€	23,9%
	Outros auxílios	33,23 M€	35,4%
Plano digital (18,18 M€) (2,7 %)	Digitalização de obras	10 M€	55,0%
	Difusão e conservação digital	4,84 M€	26,6%
	Digitalização de salas	3,35 M€	18,4%
Total – 684 M€ (100 %)			

Fonte: CNC. Elaboração: autora.

- 1) Cinema – separado em Apoios Automáticos, que representam 61,4% dos recursos destinados aos setores de produção, distribuição e exibição de filmes, e Apoios Seletivos, responsáveis por 38,6% dos recursos.
- 2) Digitalização – Este setor direciona 55% dos recursos à digitalização dos filmes, 18,4% a digitalização de sala de cinema e 4,84% para a difusão e conversão digital.
- 3) Audiovisual – Igualmente separado em Apoios Automáticos, que representam 82,6% dos recursos designados à produção de filmes para televisão. A outra parte destina 17,4% ao Apoio Seletivo que foca na produção de filmes e na criação audiovisual.

4) Dispositivos transversais – Separam 14,9% de Apoio Automático à produção, VoD e exibição. Já os Apoios Seletivos representam 85,1% e são destinados às indústrias técnicas, ao vídeo e VoD, à inovação de jogos de videogames, promoção e exportação, e outros auxílios não detalhados.

Inicialmente a TSA era a taxa mantida pelos exibidores que foi o principal recurso do fundo até os anos 80. A partir daí, devido a uma crise na frequência do público nas salas de cinema na França, de 1984 a 1989 – já mencionada anteriormente –, uma parte das receitas do fundo precisou ser complementada por contribuições do Estado. A partir de 1984, com a entrada dos recursos da televisão, esta passou rapidamente a ser a principal fonte do fundo. Resumidamente, portanto, antes do protagonismo assumido pela televisão nos anos 1980, as receitas provenientes do cinema (TSA) representavam 80% da verba do fundo. Poucos anos depois, em 1986, a contribuição do cinema já representava menos de $\frac{1}{4}$, e os canais de televisão respondiam por $\frac{3}{4}$ do orçamento total do CNC.

Esse papel central da televisão na alimentação do fundo se deve à mudança de cenário dos anos 1980 com a entrada do Canal + no mercado e a privatização da TF1. O fundo do CNC é mantido pelas taxas já citadas que alimentam duas contas, uma de cinema e vídeo, e a outra de televisão (Conta de Apoio às Indústrias de Programas Audiovisuais – COSIP). A COSIP foi criada em 1986 e tem como objetivo incentivar a produção de obras audiovisuais destinadas a canais de televisão franceses. Podem receber verbas desta conta filmes de ficção, animação, emissões de TV de espetáculos ao vivo e documentários de criação (*documentaires de création*).¹³⁵ Podem receber uma subvenção desta conta produtores que assumirem a responsabilidade integral pela realização do filme, assim como a responsabilidade financeira e artística da realização e finalização do filme, que pode ser compartilhada. As produtoras devem estar estabelecidas na França assim como o seu diretor ou acionista maior deve ser francês.¹³⁶

Os recursos que alimentam essa Conta serão injetados na criação e difusão dos filmes através dos vários mecanismos de apoio e auxílio que citaremos abaixo.

O CNC mergulha o cinema francês em uma economia mista, não totalmente determinada unicamente pelas regras do mercado, como é o caso em diversas

135 “A definição mais comumente aceita pelas organizações profissionais [é]: ‘um procedimento artístico que constitui uma definição do real’ precisando, além disso, que se trata de uma obra patrimonial, ou seja, devotada a uma duração perene, permitindo a essa obra de figurar no catálogo e de ser exibida a públicos diferentes ao longo do tempo”. (*Le documentaire dans tous ses états*, 2012, p. 6).

136 Disponível em: <<http://cnc.fr>>. Acesso em: jul/2018.

nações. A França é, com efeito, o país no qual o Estado intervém desde de muito tempo e profundamente em favor de seu cinema, tanto do ponto de vista da regulamentação, do peso e do papel de uma instituição central, quanto da importância e da variedade de seus auxílios financeiros. (FOREST, 2012, p. 185).

3.2.1.2 Apoios e auxílios do CNC

Os apoios do CNC para a indústria cinematográfica francesa podem ser divididos em duas categorias: **os apoios automáticos (1) e os apoios seletivos (2).**¹³⁷

3.2.1.2.1 Apoios automáticos

O apoio automático é uma forma de auxílio que depende do desempenho (no cinema ou na televisão) da obra imediatamente anterior do diretor/produtor, ou obras do ano ou anos anteriores; ou seja, um filme que já foi produzido, distribuído e exibido com algum sucesso em salas ou na TV. Dessa forma, para ser concedido, esse apoio não leva em conta qualquer projeto futuro, mas é baseado tão somente na performance econômica da obra anterior. Diante dos números apresentados e comprovados, é feito um cálculo pré-acordado e o dinheiro será disponibilizado automaticamente para o diretor/produtor. Valérie Fouques, membro da direção audiovisual e de criação digital do CNC, ilustra como esta situação se põe para um produtor.

Quando se é um jovem produtor e se chega no mercado, passa-se diante das comissões,¹³⁸ todos os meses, em função de seus projetos, e a comissão diz sim ou não, e ela auxilia ou não o projeto. E ao fim de um tempo, quando se começa a se instalar [no mercado], pode-se ter uma conta automática no CNC. Uma conta automática é como uma conta em banco, e uma vez que se tem essa conta, não se passa mais diante dessa comissão. Não se passa mais diante dessa gente que te diz ‘O projeto é interessante, eu dou um parecer favorável, ou não’, ou seja, tem-se um ‘Sim’ imediatamente, o que para um produtor é muito favorável, é um alívio.

O valor do auxílio varia em função do número de obras, do gênero e do custo de produção. Para poder acessar esses apoios automáticos é necessário que se possua uma conta junto ao CNC na qual será depositado o montante automaticamente segundo parâmetros previamente estabelecidos pelo CNC. Para obter esta conta automática é necessário que a produtora preencha uma série de requisitos que envolvem, por exemplo, um volume mínimo de produção e elementos artísticos. A maior parte das ajudas do CNC (cerca de 2/3) são automáticas. Essa peculiaridade leva muitos a classificarem o apoio automático como uma

¹³⁷ Para mais detalhes, Cf. FOREST, L'argent du cinéma, p. 204.

¹³⁸ As comissões de avaliação são próprias do auxílio seletivo, e serão detalhadas mais adiante neste trabalho.

ferramenta de re-distribuição ou re-investimento, pois beneficia futuros projetos, e não aqueles em vigor.

Então, esse apoio é direcionado para o futuro da indústria. Ou seja: apoia-se um produtor, distribuidor ou exibidor com base em uma obra atual, mas para investimento em uma obra futura. Desse modo, o mecanismo obriga os produtores, distribuidores e exibidores a se esforçarem para que o filme seja visto, para que eles recebam dinheiro para uma próxima obra.

No entanto, um dos problemas apontados por documentaristas franceses é que o apoio automático acaba concentrando o dinheiro na mão de agentes da indústria cinematográfica que obtêm sucesso comercial com suas obras, e pode-se considerar que obras com potencial sucesso comercial já têm facilidade de obter recursos junto a fontes privadas de financiamento. Se o apoio público também dá preferência a elas, pode-se gerar um desequilíbrio cíclico no mercado audiovisual.

O apoio automático desempenhou um papel histórico considerável porque estimulou a produção nacional e favoreceu uma sanificação da profissão no pós-guerra; mas ele acentuou o aspecto fechado do setor, uma vez que a ajuda não pode beneficiar senão os produtores já estabelecidos (ela só é possível após a exibição de um primeiro filme). Beneficiando os filmes que obtiveram sucesso nas salas, mas sobretudo atualmente assegurando as vendas na televisão, o apoio automático recompensa um certo tipo de produtores e reforça os mais poderosos, donde [a criação] de um apoio seletivo para corrigir esses efeitos negativos. (FOREST, 2012, pp. 204-5).

Com os apoios seletivos, o CNC pode detectar setores da economia do cinema e audiovisual que não estavam sendo contemplados por esses recursos e que, portanto, passaram a ser direcionados nos apoios seletivos, mirando objetivamente aqueles setores e áreas mais frágeis no mercado.

Com o fim da Segunda Guerra Mundial e com o cenário de ocupação econômica e cultura do cinema norte-americano no mercado francês, a criação do Apoio Automático foi fundamental, uma vez que incentivava a produção de filmes franceses em um momento de crise. Mesmo que esse auxílio tenha beneficiado produtores já estabelecidos no mercado, um desequilíbrio que o CNC tentará reduzir através da criação do apoio seletivo, trata-se de um marco na legislação francesa.

O foco dos apoios automáticos são a produção, distribuição e exibição, e, assim, essa tripla função resulta em um estímulo ao setor, em uma garantia financeira e proteção

diante da concorrência estrangeira (FOREST, 2012, p. 204). Existem, atualmente, diversas modalidades de apoios automáticos, algumas mais gerais, outras bastante específicas. Propomos aqui analisar alguns exemplos relevantes de apoios automáticos nas áreas de cinema e TV.

Apoio automático - cinema

A) Apoio automático à produção (*soutien automatique à la production de long métrage*)

Recurso destinado a produtoras de filmes de longas-metragens franceses ou realizados em coprodução, desde que seguindo as normas estabelecidas pelos acordos. É exigido ao produtor do filme que disponha de uma autorização de produção (*agrément de production*) que lhe é concedida pelo CNC, além da conta junto ao órgão, na qual será depositado o montante calculado. Esse cálculo, no caso da exibição no cinema, leva em conta o preço do ingresso praticado na França, o número de espectadores do último filme da produtora e uma taxa baseada neste (filmes com menor público têm ligeira majoração e os de maior bilheteria, minoração).¹³⁹ No final do cálculo, ainda será aplicado um coeficiente relativo às “condições artísticas e técnicas de realização dos filmes”, como explica a descrição do auxílio no site do CNC.¹⁴⁰ No caso da exibição em TV, o chamado “*soutien antenne*” leva em conta uma taxa relativa aos “contratos de cessão de direitos de teledifusão”.¹⁴¹ No caso da exploração em vídeo, leva-se em conta o volume de negócios declarado pelas empresas de edição de vídeo.

B) Apoio automático à distribuição (*soutien automatique à la distribution*)

Destinado a uma empresa de distribuição que distribua um longa-metragem francês ou em coprodução franco-estrangeira, que disponha de uma autorização de produção (*agrément de production*) que lhe é concedida pelo CNC, além da conta junto ao órgão, na qual será depositado o montante calculado. Este cálculo leva em conta o preço do ingresso e uma taxa proporcional à receita obtida pela distribuidora na última obra (filmes com menor

¹³⁹ No cinema, o montante dos filmes com menos de 1,5 milhão de espectadores é multiplicado por 125%; o das produções com público entre 1,5 milhão e 5 milhões, por 95%; o das obras com bilheteria acima de 5 milhões, 10%. Com isso podemos identificar uma tentativa de priorizar as produções com menos espectadores.

¹⁴⁰ Disponível em: <<http://www.cnc.fr/web/fr/soutien-automatique-a-la-production-de-long-metrage>>.

¹⁴¹ *Ibid.*

receita têm majoração e os de menor receita, minoração).¹⁴² Tal receita deverá ser reinvestida em um próximo filme.

C) Apoio automático à exibição (*soutien automatique à l'exploitation*)

Cada cinema possui junto ao CNC uma conta na qual recebe os direitos gerados por uma taxa especial aplicada sobre o preço do ingresso. O montante permite ao exibidor fazer investimentos na modernização de suas salas e na criação de novas. Esse auxílio exclui salas “especializadas na exibição de filmes classificados como pornográficos ou de incitação à violência”.¹⁴³

D) Fundo de auxílio à promoção no exterior de obras cinematográficas (*Fonds d'aide à la promotion à l'étranger des œuvres cinématographiques*)

Esse auxílio beneficia os agentes de venda internacional para a promoção de obras nos mercados de 55 países. O montante é calculado em função dos ingressos vendidos nos cinemas no exterior.¹⁴⁴ Filmes que sejam de expressão original francesa,¹⁴⁵ ou primeiros e segundos filmes terão seus auxílios majorados por serem considerados mais difíceis de exportar. Além dos agentes de venda, os produtores das obras contempladas também receberão auxílio: um equivalente a 66% do benefício será integrado ao apoio automático à produção. Segundo o descritivo do CNC, esta faceta da política visa a incitar os produtores a pensar a dimensão internacional desde a concepção de suas próximas obras. Importa ressaltar ainda que esse fundo de auxílio foi colocado em prática no início de 2017 por um período experimental de três anos durante o qual será acompanhado por um comitê encarregado de reforçar a eficácia e o impacto do investimento.

142 No cinema, o montante dos filmes com receita inferior a 307,5 mil euros é multiplicado por 220%; o das produções com receita até 615 mil euros, por 140%; o das obras com receita até 1,23 milhão de euros, por 120%; o dos filmes com receita até 3,09 milhões de euros, por 50%; o das produções com receitas até 4,3 milhões de euros, por 30%; o das obras com receita até 6,15 milhões de euros, por 10%. Para aqueles com receita superior, a taxa é nula.

143 Disponível em: <<http://www.cnc.fr/web/fr/soutien-automatique-a-l-exploitation>>.

144 Os filmes com menos de 50 mil espectadores recebe 0,90 euros por ingresso; aqueles com público entre 50 mil e 100 mil, 0,55 euros por ingresso; aqueles com bilheteria entre 100 mil e 200 mil, 0,35 euro por ingresso; aqueles com público entre 200 mil e 700 mil, 0,15 euros por ingresso. O auxílio àqueles com público superior a 700 mil não será calculado em função das entradas.

145 Segundo o artigo 5º do decreto nº 90-66 de 17 de janeiro de 1990, obras cinematográficas ou audiovisuais de expressão francesa são aquelas realizadas integral ou principalmente em versão original em língua francesa ou em língua regional em uso na França.

Apoio automático – televisão

Todas estas ajudas financeiras são destinadas a produtoras que já possuam uma conta automática junto ao CNC. Para tanto, a produtora deve: ter obras auxiliadas pelo CNC e exibidas na TV no ano anterior; declarar trimestralmente ao órgão um recapitulativo destas exhibições; ter suas obras inscritas pelo CNC na lista de obras de referência; e ter um auxílio gerado (*soutien généré*) superior ao limiar mínimo estabelecido pelo CNC para cada gênero. Este auxílio gerado é calculado em função de três fatores: a duração do programa em minutos; o valor por minuto fixado pelo CNC (570 euros, desde 2009); e um coeficiente ponderador determinado em função do gênero da obra (ficção, animação, documentário de criação, recriação e filmagem de shows/espetáculos ao vivo).

Ficções, animações e filmagem de shows/espetáculos ao vivo terão seus coeficientes ponderadores condicionados pelas despesas por hora na França (*dépenses horaires françaises*), ou seja, pelos gastos relacionados a: remuneração e encargos sociais de autores, artistas e técnicos; pagamentos de serviços prestados ao longo da produção; e despesas ligadas à filmagem, à pós-produção e à aquisição de direitos autorais. Basicamente, quanto maiores as despesas por hora na França maior será o coeficiente. Desta forma, o CNC concede um maior aporte financeiro àquelas produtoras que mais movimentaram a economia do setor.

No caso específico do documentário, o coeficiente ponderador será condicionado pelo investimento do canal por hora de produção (*apport du diffuseur horaire en numéraire – ADHN*). Por exemplo, um documentário de 52 minutos que tenha recebido investimento de 83 mil euros do canal tem um coeficiente estabelecido em 0,815. Portanto, seu auxílio gerado será o resultado de 52 (minutos) x 0,815 x 570 (valor do minuto fixado pelo CNC), ou seja, 24.156 euros. Como para a abertura de uma conta automática o limiar mínimo de auxílio gerado para documentários é de 70 mil euros, uma produtora deverá ter difundido no ano anterior pelo menos três obras como esta do exemplo ($24.156 \times 3 = 72.468$, ou seja, acima do limiar). Importa ainda notar que documentários com duração inferior a 24 minutos não geram auxílio. Com isso, pode-se perceber como produtoras muito pequenas dificilmente terão uma conta automática. Isso não as impede, contudo, de se beneficiar de outros auxílios, como os auxílios seletivos.

A) Documentário – conta automática (*documentaire – compte automatique*)

Este auxílio é a categoria principal dos automáticos. Uma vez que a produtora tenha conseguido superar o limiar mínimo de produção para obter a conta automática, como explicado acima. Importa notar, ainda, que é necessário que o projeto receba um investimento de um ou mais canais franceses maior que 25% da parte francesa do orçamento – isso denota uma preocupação por parte do CNC de que os canais sejam obrigados a investir minimamente na produção fomentada pelo Estado. Vale ressaltar, também, que o CNC estabelece um mínimo de investimento por hora de filmagem, um ADHN (explicado acima) de 12 mil euros por hora de filmagem; ou seja, só conseguem ter o apoio automático documentários que tiverem um aporte mínimo por parte do canal. Documentários com ADHN abaixo desse limiar não têm acesso ao apoio automático.

B) Documentário: conta automática – auxílio à pré-produção (*documentaire compte automatique - aide à la préparation*)

Este auxílio incide nos trabalhos de desenvolvimento de roteiro e de pré-produção. A ajuda é calculada em função do orçamento anunciado pelo produtor e do valor acordado com o autor do roteiro, não podendo ultrapassar 40% dos gastos previstos nesta etapa. A produtora tem dois anos a partir do depósito do auxílio para concluir a etapa de pré-produção. Caso isto não ocorra deve justificar junto ao CNC informando o andamento do projeto, tendo o órgão a prerrogativa de exigir o reembolso do auxílio em função da justificativa fornecida e do estado de avanço do projeto do filme.

C) Auxílio a promoção e venda para o estrangeiro de programas audiovisuais (*aides à la promotion et à la vente à l'étranger des programmes audiovisuels*)

Esse auxílio se destina a cobrir uma parte dos gastos das produtoras e distribuidoras comprometidas com a promoção de suas obras audiovisuais no exterior. O auxílio não pode passar de 50% das despesas da empresa beneficiada. Além disso, para cada empresa beneficiada o montante das ajudas do CNC não pode ultrapassar 180 mil euros por ano. Os processos cobertos por este auxílio são:

- Dublagem para versão estrangeira;
- Legendagem para versão estrangeira;
- Voz *off* para versão estrangeira;
- Tradução em roteiro em língua estrangeira;
- Adequação ao formato 4/3 ou 16/9;

- Fabricação de *teaser* em versão estrangeira ou bilíngue;
- Compra de espaço publicitário na imprensa profissional especializada e fabricação e distribuição de produtos/brindes relacionados ao filme;
- Concepção e fabricação de suportes de promoção do filme incluindo eletrônicos, em versão estrangeira ou bilíngue;
- Inscrever as obras em videotecas.

3.2.1.2.2 Apoios seletivos

Uma vez que o apoio automático pode provocar o desequilíbrio mencionado, há um outro mecanismo de ajuda financeira que representa relevante contraponto a ele.

É importante lembrar que o apoio automático é calculado indistintamente do beneficiário e somente em função de critérios pré-estabelecidos. Já o apoio seletivo depende do projeto apresentado, se ele atende parâmetros específicos ou não. Para fazer essa análise, o CNC designa uma comissão da qual fazem parte agentes do mercado, como diretores, roteiristas e produtores. Essa comissão, que conta com um presidente, três vices e 25 membros e suplentes, é dividida em três colégios. O primeiro analisa os projetos de primeiros longas-metragens de realizadores (estreantes, portanto); o segundo, projetos de diretores que já realizaram ao menos um longa-metragem; o terceiro analisa os filmes após sua realização. Segundo o CNC, o total deste auxílio ultrapassa 25 milhões de euros por ano, sendo auxiliados cerca de 60 filmes anualmente, cada um com um valor médio de 400 mil euros.

Existem dois tipos de apoio seletivo: O adiantamento de receita antes da realização (*Avance sur recettes avant réalisation*) e após (*Avance sur recettes après réalisation*)

Esse mecanismo foi criado em 1960, através de um decreto, que direcionava uma verba para filmes de longa-metragem que tivessem poucas chances de conseguir mecanismos de financiamento tradicionais. Por sua ampla extensão e pela lógica de auxiliar filmes com menos apelo mercadológico, este se tornou um mecanismo muito importante na política cultural francesa e do CNC.

O adiantamento de receita antes da realização concede recursos a obras destinadas a uma primeira exibição em salas de cinema. Vale ressaltar que isso não impede que a obra seja exibida na televisão posteriormente, mas que o auxílio torna obrigatória a passagem pelo circuito exibidor. Para conceder essas ajudas pré-realização, os dois primeiros colégios consideram dos projetos a natureza do tema, características, qualidades e as condições de realização do filme. Essa classe de auxílios pode ser pedida pela empresa produtora, pelo

roteirista, pelo diretor ou coautor do projeto desde que tenham nacionalidade francesa, ou de algum país membro da União Europeia, ou que sejam estrangeiros residentes na França.

O adiantamento de receita após realização concede recursos a uma obra após esta ter sido realizada mas não tendo sido ainda exibida. O auxílio deve ser pedido pela produtora e será julgado pelo terceiro colégio. Para ser contemplado, o filme deve justificar um déficit de financiamento: o custo definitivo do filme deve ter ultrapassado o orçamento inicial. É necessário ainda que a produção: tenha respeitado convenções e acordos coletivos de trabalho; tenha pago todos os encargos e contribuições sociais; siga as regras necessárias para a obtenção da autorização de produção do CNC (*agrément de production*); ateste que sua contabilidade esteja em dia; e apresente um contrato de distribuição do filme em sala de cinema. O pedido deste auxílio deve ser feito em um prazo que permita à comissão julgá-lo antes do início da exibição da obra.

Existem atualmente diversas modalidades de apoios seletivos, algumas mais gerais, outras bastante específicas. Propomos aqui analisar alguns exemplos relevantes de apoios seletivos nas áreas de cinema e audiovisual (TV).

Auxílios Seletivos para o Cinema

A) Auxílio aos cinemas do mundo (*Aide aux cinémas du monde*)

Este auxílio visa a promover a diversidade cultural e é concedido a uma produtora estabelecida na França que faça uma coprodução com um outro país. Ele só incide sobre projetos de longa-metragem (ficção, animação ou documentário de criação) destinados a uma primeira exibição em sala. Os projetos são selecionados em função de sua excelência artística e da originalidade da perspectiva que apresentam. A produtora pode solicitar este mecanismo antes das filmagens, caso em que o limite do auxílio é de 250 mil euros, ou, não tendo recebido nesta etapa, após o filme pronto, podendo obter neste caso até 50 mil euros. É importante sublinhar que o montante conferido pelo CNC não pode ultrapassar 50% da parte francesa do investimento. No entanto, esse limite sobe para 80% se se tratar do primeiro ou segundo filme de um diretor; ou se tiver orçamento inferior a 1,25 milhão de euros; ou se for coproduzido com países de poucos recursos, segundo avaliação do CNC.

Em 2015, o CNC investiu 6 milhões de euros neste auxílio, e anualmente contempla cerca de 50 projetos.

B) Auxílio seletivo à distribuição 1º colégio – filmes inéditos (*aide sélective à la distribution*)

Esse auxílio é destinado a empresas de distribuição sediadas na França ou em outro país da União Europeia que tenham uma atividade regular; ou devem ter distribuído três filmes nos dois anos anteriores à demanda; ou terem a intenção de distribuir outras duas produções no ano seguinte, caso em que devem comprová-lo com documentações. Além disso, os dirigentes das distribuidoras devem justificar experiência: terem distribuído ao menos três obras nos anos precedentes. O CNC abre uma exceção caso se trate de um filme de diretor estreante que tenha obtido o auxílio adiantamento de receitas. Dependendo do tamanho da distribuidora, o benefício pode ser concedido apenas para a obra, apenas para a estrutura da empresa, ou para ambos.

O objetivo desse auxílio é estimular a diversidade de filmes de qualidade nas salas de cinema. Por isso, serão avaliados das obras apresentadas itens como a qualidade artística, nacionalidade e ineditismo; e das distribuidoras, sua situação financeira e seu volume de distribuição. Este auxílio é direcionado para todos os gêneros e toca apenas a obras cujos gastos de lançamento não ultrapassem 550 mil euros, e tampouco pode exceder 50% do investimento do distribuidor. Este limite sobe para 70% no caso de primeiros e segundos longas-metragens, curtas-metragens quaisquer, e produções com orçamento inferior a 1,25 milhão de euros.

Os principais gastos contemplados por este auxílio são:

- Gastos envolvendo a cópia digital (o processo de duplicação, suporte físico, transporte ou armazenamento) da obra, do trailer, da dublagem ou da legendagem;
- Despesas ligadas à encriptação¹⁴⁶ dos arquivos digitais;
- Gastos em cópia película;
- Concepção e realização de trailer;
- Dublagem e legendagem;
- Produção de material de divulgação e compra de espaço publicitário;
- Eventos de promoção para público e imprensa.

Contudo, é importante notar que não são beneficiados gastos ligados à elaboração da programação (curadoria) nem a salários ou tributos sindicais.

¹⁴⁶ Quando o distribuidor entrega as cópias do filme para os exibidores, para evitar que esta seja ilegalmente copiada, insere um sistema de encriptação.

C) Auxílio seletivo à distribuição 2º colégio – filmes de repertório (*aide sélective à la distribution*)

Esse auxílio tem os mesmos moldes do anterior, porém diz respeito a filmes de qualquer nacionalidade realizados há mais de 20 anos e que não tenham sido relançados no cinema na última década. Além de respeitar o limite de 50% do investimento do distribuidor, a obra não pode acumular mais de 76,3 mil euros em auxílios seletivos à distribuição. Também neste caso é possível que o CNC conceda o benefício à estrutura da empresa ou ao programa de redistribuição da obra. Todos os gastos supracitados são contemplados.

D) Auxílio seletivo à distribuição 3º colégio – filmes para público jovem (*aide sélective à la distribution*)

Este auxílio busca aumentar a oferta de filmes, inéditos ou relançados, para o público jovem. Também segue os mesmos moldes dos dois auxílios acima, porém com algumas especificidades. Os critérios levados em conta na avaliação do colégio são: as qualidades do filme (originalidade e tratamentos do tema); o valor do relançamento proposto; o trabalho de acompanhamento do público jovem ou dos professores e instrutores (incluindo eventuais materiais pedagógicos); e a conexão entre o filme, o público e o plano de relançamento. Além disso, o distribuidor se compromete a levar o filme a pelo menos 30 estabelecimentos cinematográficos no primeiro ano e a priorizar a exibição em salas *Art et Essai*¹⁴⁷ no lançamento.

E) Auxílio a salas com programação difícil ante a concorrência (*Aide aux salles maintenant une programmation difficile face à la concurrence*)

Esse auxílio é destinado aos exibidores que mantêm em suas salas uma programação de filmes considerados pelo CNC como pouco competitivos. Nessa rubrica se encaixam filmes como ficções independentes e documentários. Para receber o auxílio, o exibidor deve: estar em dia com o pagamento de taxas e declaração de receitas; estar em Paris ou em cidades com mais de 200 mil habitantes, ou, ainda, em cidades menores cujo somatório de ingressos tenha superado 1,5 milhão no ano anterior; e não ser proprietário de mais de 50 salas. Ademais, o CNC julgará a qualidade da programação do exibidor, a evolução do

¹⁴⁷ *Art et Essai* é a classificação de algumas salas de exibição que destinam boa parte de sua programação a produções independentes, originais, documentários (produções classificadas pelo CNC como *Art et Essai*), e que por isso recebem um auxílio específico do CNC. Esse mecanismo será explicado mais adiante.

número de frequentadores, as condições de acolhimento do público e de projeção das obras, bem como a situação financeira do cinema.

Em 2017 foram beneficiados 32 exibidores em Paris e 10 no interior, num total de 1,9 milhão de euros. As salas *Espace Saint-Michel* e *Reflets*, na capital, receberam os auxílios mais vultosos (70 mil euros); os cinemas *Saint-André-des-Arts* e *Lucernaire*, tradicionais exibidores de produções documentais e independentes, também figuraram na lista, recebendo 58 mil e 15 mil euros, respectivamente.

F) Auxílio seletivo à criação e modernização de salas em zonas insuficientemente equipadas (*aide sélective à la création et à la modernisation de salles en zone insuffisamment équipée*)

Esse auxílio visa a bem planejar a ocupação das salas de cinema no território de modo a democratizar o acesso da população ao cinema. Este mecanismo é concedido aos exibidores privados, público, ou associações para projetos de criação e modernização de salas de cinema para os quais o apoio automático foi insuficiente. O valor do benefício não é relativo à renda ou tamanho do exibidor, mas é decidido caso a caso. Uma comissão especial vai fazer uma análise seguindo alguns critérios como: utilidade social e papel na oferta de salas no território; participação das coletividades territoriais; e a qualidade da programação cultural prevista.

Auxílios Seletivos para o Audiovisual (TV)

a) Documentário: auxílio seletivo à pré-produção (*documentaire: aide sélective à la préparation*)

Esse auxílio é destinado à etapa de pré-produção de um documentário audiovisual realizado por produtoras que não possuem uma conta automática. Elas devem ter um acordo ou contrato firmado com um canal de televisão ou serviço de VoD. O montante do benefício não pode ultrapassar 40% das despesas previstas. À exceção de outros mecanismos, este não exige a devolução do auxílio ao CNC caso o projeto não seja feito em dois anos, com a condição que o produtor justifique as despesas.

b) Documentário: auxílio seletivo à produção (*documentaire: aide sélective à la production*)

Esse auxílio é consagrado à etapa de produção de um documentário audiovisual destinado a uma primeira difusão em um canal ou serviço de VoD estabelecidos na França. O mecanismo é principalmente destinado a projetos de documentários de criação de qualquer duração realizados por produtoras que não possuam conta automática. No entanto, também são contemplados: programas documentais no formato magazine¹⁴⁸ com duração até 45 minutos (neste caso, a produtora pode ou não ter uma conta automática); qualquer projeto de documentário cujo investimento do canal por hora de produção¹⁴⁹ seja inferior a 12 mil euros por hora (uma vez que um coeficiente menor não permite o acesso ao apoio automático); documentários com menos de 24 minutos realizados por produtoras com contas automáticas.

Para serem beneficiadas, é vetado às produtoras serem controladas por empresas que dispõem de uma conta automática, ou terem ligação com canais de TV e serviços de VoD. As obras devem receber um aporte inicial do canal de TV ou serviço de VoD por meio de um contrato de compra antecipada de direitos de difusão. Além disso o CNC exige que a participação francesa do financiamento da obra seja de ao menos 30% e que mais da metade dos gastos de produção dessa parcela francesa tenham sido efetuados na França.

Via de regra, o montante dos benefícios não pode superar 40% do orçamento final da obra. Porém, o CNC pode aumentar esse limite para 60% para obras audiovisuais consideradas “difíceis” (que, com respeito ao tema, formato, realização ou condições de produção, apresentem aspecto inovador, pouco acessível ou delicado) ou “de pequeno orçamento” (até 100 mil euros por hora de produção). Adicionalmente, esse limite pode passar a 80% para documentários de criação “difíceis” cujo orçamento total seja menor que 150 mil euros por hora de produção.

c) Magazine: Auxílio seletivo (*magazine: aide sélective*)

Esse auxílio concerne todas as produtoras, sejam elas detentoras ou não de uma conta automática, que realizem obras audiovisuais no formato magazine que apresentem relevância essencialmente cultural.

Os critérios para a concessão do benefício são iguais aos do item acima: a obra deve ser difundida primeiramente em um canal ou serviço VoD francês, estes devem ter

148 Basicamente, é um tipo de produção documental formatado para a televisão, no qual não prevalece um ponto de vista de autor. Esta categoria será abordada mais adiante, no subitem “3.4 A reforma da Cosip: a construção de uma legislação em defesa do documentário de criação”.

149 Este coeficiente (*apport du diffuseur horaire en numéraire – ADHN*) foi detalhado na introdução do apoio automático à televisão.

firmado um contrato de compra antecipada de direitos de difusão, a participação francesa no financiamento da obra deve ser maior que 30%, sendo que metade deste valor deve ser gasto na França. Além disso, como no item acima, o montante dos benefícios tampouco pode ultrapassar 40% do orçamento final da obra, todavia nesta categoria não há exceções.

Outras fontes de financiamento

a) Apoios das coletividades territoriais

Rigorosamente falando, os apoios das coletividades territoriais (municípios, departamentos e regiões) não são provenientes do CNC, mas representam uma importante fonte de financiamento para os filmes.

b) SOFICA

As Sociedades de Financiamento da Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (SOFICA) foram criadas em 1985. Trata-se de grupos (de particulares ou empresas) que vão investir nos filmes por meio de abatimento fiscal, tendo esses fundos bloqueados por alguns anos.

c) Crédito de Imposto

Basicamente é uma diminuição de impostos para os produtores responsáveis por um filme no que diz respeito às despesas efetuadas na França para a realização da obra. De certa forma, o mecanismo recompensa aquelas produções que movimentarem a economia da cadeia cinematográfica nacional.

d) IFCIC

Criado em 1983, o Instituto para o Financiamento do cinema e das indústrias culturais (IFCIC) é um estabelecimento de crédito que age como o fiador, como o garantidor de empréstimos para empresas do setor cultural, como produtores, exibidores e atores de outras áreas do setor cultural. É alimentado por fundos de órgãos públicos, sendo o CNC sua principal fonte. No fim de 2015, segundo o CNC, o IFCIC garantia quase 900 milhões de euros em créditos.

3.3 O CSA e as cotas de difusão de programação e investimento na produção de obras cinematográfica e audiovisuais

Os canais de televisão franceses devem contribuir com a construção de uma indústria audiovisual na França e, para tanto, devem seguir cotas de difusão e auxiliar na produção de obras cinematográficas e audiovisuais. Isso é regulado pelo CSA (Conselho Superior do Audiovisual) que desde 1989, é a instância que faz a regulação do audiovisual (televisão e rádio) na França.

Essa noção de que os canais devem auxiliar na construção de um setor econômico forte e diversificado passa igualmente pelo apoio a produtores independentes, obras de expressão original francesa,¹⁵⁰ europeias,¹⁵¹ assim como obras patrimoniais.¹⁵²

Uma breve retomada do histórico da televisão na França ajuda a explicar o porquê dessas obrigações. Vimos anteriormente que até 1982 a TV era monopólio do Estado, mas a iniciativa privada passou a poder atuar nessa área, o que fez surgir nos anos que se seguiram emissoras como *Canal+*, *La Cinq* e *TV6*. No entanto, o governo considerou que o benefício que elas tinham ao explorar comercialmente uma frequência pública de difusão deveria ser acompanhado de uma contrapartida de investimento cultural nacional. A exigência foi decidida portanto como a colaboração com a produção de obras a fim de valorizar a identidade francesa e europeia nos programas exibidos, bem como a difusão das mesmas através de cotas de exibição, como já foi mencionado. O próprio órgão retoma essa tese:

Os poderes públicos consideram então que a liberalização do audiovisual devia ser acompanhada de garantias no setor da produção de conteúdos e da criação. Em um contexto de poucas frequências [de transmissão de canais],

150 É considerada obra audiovisual ou cinematográfica de expressão original francesa aquela realizada integralmente ou principalmente na língua francesa ou em uma língua regional usada na França.

151 São consideradas obras europeias aquelas provenientes dos países membros da União Europeia, ou de países que façam parte da Convenção Europeia sobre a televisão transnacional (*Convention européenne sur la télévision transfrontière*) do Conselho europeu. Exige-se igualmente que as obras tenham sido realizadas nesses países ou produzidas por empresas sediadas nesses locais e tenham o controle financeiro, técnico e artístico do filme, ou sejam o financiador maior na coprodução com um outro país, sendo as empresas produtoras e os coprodutores igualmente de países já citados que façam parte da União Europeia. Também são consideradas obras que façam parte de acordos entre a comunidade europeia e terceiros, filme que façam parte de acordos bilaterais de coprodução entre membros da comunidade europeia e terceiros, e filmes financiados majoritariamente por coprodutores estabelecidos em estados membros, sendo que os produtores devem estar situados dentro da União Europeia.

152 Obras patrimoniais são definidas como ficções, animações e documentários de criação (com exceção daquelas inseridas em emissão jornalística ou de entretenimento), além de videoclipes musicais e filmagens de espetáculos ao vivo (shows, teatros, óperas etc.).

as obrigações impostas aos canais vão constituir a contrapartida da gratuidade da utilização do domínio público.¹⁵³

Segundo a Lei de 30 de setembro de 1986, as cotas de exibição e a contribuição à produção devem seguir quatro princípios: assegurar a exibição de obras francesas, contribuir com o desenvolvimento de produtoras independentes, auxiliar o financiamento das obras assim como auxiliar na circulação e promoção de obras francesas e europeias. Dialogando com esta legislação, em 1989 foi criada uma diretiva europeia intitulada Televisão sem fronteira¹⁵⁴ onde estava prevista uma obrigação mínima em que os canais de televisão deveriam exibir obras europeias buscando igualmente beneficiar os produtores independentes.

3.3.1 Obrigações de contribuições à produção audiovisual e cinematográfica

3.3.1.1 Contribuições de canais de TV à produção cinematográfica

As obrigações definidas pelo Decreto nº 2010-747 de 2 julho 2010 se aplicam aos canais de televisão hertzianos,¹⁵⁵ enquanto as do Decreto nº 2010-416 contemplam os não-hertzianos nos mesmos moldes. Só ficam excluídos destas obrigações aqueles canais que exibirem, ao longo de um ano, 52 ou menos longas-metragens diferentes (ou seja, até um por semana), sem que o total de exibições, incluindo reprises, exceda 104.

A principal obrigação desses canais é de investir uma parcela do volume de negócios líquido do ano anterior em contribuições ao desenvolvimento da produção de obras cinematográficas.¹⁵⁶ 3,2% deste montante são destinados a obras europeias, sendo que 2,5% devem sê-lo para obras de expressão original francesa. O texto da lei define como despesas em obras cinematográficas:

- Compra dos direitos de difusão de obras cinematográficas;
- Investimento parcial na produção de obras cinematográficas;

153 Disponível em: <<http://www.csa.fr/Television/Le-suivi-des-programmes/La-production-des-oeuvres/La-contribution-a-la-production-audiovisuelle>>. Acesso em: mai/2018.

154 A diretiva Televisão sem Fronteiras se assenta em dois princípios: a livre circulação de programas televisivos europeus no mercado interno e a obrigação de os canais de televisão aplicarem quotas de difusão de obras europeias.

155 Canais Hertzianos são aqueles transmitidos por ondas eletromagnéticas e recebidos por uma antena. No caso da televisão na França, este termo agrupa tanto as transmissões terrestres (*Télévision Analogique Terrestre - TAT* e *Télévision Numérique Terrestre - TNT*) quanto as via satélite (*Télévision Numérique Satellite - TNS*). Por exclusão, os canais não-hertzianos agrupam aqueles transmitidos via tecnologia ADSL e fibra ótica (cujo sinal é transmitido via internet) e os canais a cabo.

156 A definição de “obra cinematográfica”, segundo o artigo 2º do decreto nº 90-66 de 17 de janeiro de 1990, é: obras que tenham um visa de exibição, com exceção de documentários cuja primeira difusão na França tenha sido na televisão; e também obras estrangeiras que não tenham um visa mas que tenham sido exibidas comercialmente em sala de cinema em seus países de origem.

- Investimento em um fundo que participe da distribuição em salas de cinema de obras cinematográficas;
- Adaptação de obras cinematográficas para deficientes visuais.

Nos casos de compra de direito de difusão e de investimento parcial na produção de obras cinematográficas, o decreto obriga que pelo menos $\frac{3}{4}$ destes gastos sejam direcionados para o desenvolvimento da produção independente, nos termos definidos pelo decreto.¹⁵⁷

3.3.1.2 Contribuições de canais de TV à produção audiovisual

As obrigações para a produção de obras audiovisuais¹⁵⁸ também são definidas pelos mesmos decretos. Neste caso, são contemplados os canais que anualmente reservam mais de 20% de seu tempo de difusão a obras audiovisuais. Aqueles que ficam abaixo deste limiar só serão enquadrados caso seu volume de negócios líquido do ano anterior exceda 350 milhões de euros.

A principal obrigação destes canais é de destinar anualmente pelo menos 15% do seu volume de negócios líquido do ano anterior em contribuições ao desenvolvimento da produção de obras cinematográficas europeias ou de expressão original francesa, sendo pelo menos 10,5% direcionado a obras patrimoniais (para canais de menor faturamento, este percentual diminui gradativamente até 8,5%). Para canais que destinem mais da metade do seu tempo de exibição anual para filmagens de espetáculos ao vivo ou videoclipes musicais, sendo que este último deve representar pelo menos 40%, a taxa obrigatória de difusão anual cai de 15% para 8%. Também neste caso há uma obrigatoriedade com relação às obras patrimoniais, devendo elas receberem 7,5% do volume de negócios líquido do ano anterior. Caso o canal invista exclusivamente em obras patrimoniais, a obrigação prevista cai de 15% para 12,5%. Além disso, uma parte das despesas deve ser comprometida com o

¹⁵⁷ Neste caso, uma obra de produção independente é definida nos termos da aquisição dos direitos de difusão pelos canais. Seus direitos de difusão não podem ter sido adquiridos por um canal para mais de duas exibições ou por mais de 8 meses; além disso, os canais não podem acumular direitos para diferentes modalidades de exibição, por exemplo, em salas de cinema, em serviços on line ou em DVD/Blu-ray.

¹⁵⁸ A definição de “obra audiovisual” é dada negativamente pelo artigo 4 do decreto nº 90-66 de 17 de janeiro de 1990. São aquelas que não pertençam aos seguintes gêneros: obras cinematográficas com mais de 1h de duração; jornais e emissões de informação; programas de variedades; programas de jogos; ficções filmadas majoritariamente em estúdio; retransmissões esportivas; mensagens publicitárias; programas de telecompra; autopromoção; e teletexto.

Esta definição não é isenta de problemas. Em 30 de julho de 2003, uma sentença do Conselho de Estado qualificou como obra audiovisual uma emissão do canal M6 intitulada Popstar por ela não se encaixar nos gêneros excluídos. Esta classificação do programa, uma espécie de reality show que acompanha o percurso de uma banda, causou desconforto em agentes do setor.

desenvolvimento da produção independente (pelo menos 9% do volume de negócios líquido do ano anterior).

O texto da lei define como despesas em obras audiovisuais:

- A compra, antes ou depois do fim das filmagens, dos direitos de difusão;
- Investimento parcial, antes do fim das filmagens, na produção (cotas, ações, coprodução, etc);
- Financiamento nos trabalhos de escritura e desenvolvimento;
- Adaptação de obras cinematográficas para deficientes visuais.

O decreto define ainda que os investimentos feitos pelo canal podem ser acordados entre este e os produtores a fim de levar em conta a natureza da programação do canal.

3.3.1.3 Contribuições de serviços de VoD à produção cinematográfica e audiovisual

Os serviços de VoD são regulamentados pelo Decreto nº 2010-1379 de 12 novembro 2010.

Para aqueles que permitam assistir, por um tempo limitado, a programas exibidos em um canal de TV (*télévision de rattrapage*), a taxa obrigatória de contribuição à produção de obras cinematográficas europeias e francesas é idêntica àquela aplicada ao canal de onde provém sua programação. Com respeito às obras audiovisuais, esta categoria está isenta de contribuição.

Para os outros serviços de VoD, a contribuição obrigatória só será exigida daqueles com volume de negócios líquido anual superior a 10 milhões de euros e que disponibilizarem pelo menos 10 longas-metragens por ano. Estes são basicamente divididos em serviços por assinatura (*subscription video on demand* – SVoD), nos quais o consumidor paga uma mensalidade para acessar o acervo da plataforma, e serviços por transação (*transactional video on demand* - TVoD), nos quais o consumidor paga individualmente pelos filmes escolhidos.

No primeiro (SVoD), levando em conta que esse tipo de serviço é impedido de disponibilizar um filme com menos de três anos após sua estreia no cinema,¹⁵⁹ a taxa obrigatória de contribuição à produção é de 15% para as obras cinematográficas e de 12% para as obras audiovisuais.

¹⁵⁹ Conferir a Cronologia das mídias no Anexo VI.

No segundo (TVoD), a plataforma deve investir ao menos 15% do seu volume de negócios líquido anual no desenvolvimento da produção de obras cinematográficas ou audiovisuais europeias, sendo ao menos 12% de obras de expressão original francesa.

É importante notar que $\frac{3}{4}$ dos investimentos supracitados devem ser dirigidos à produção independente.

São aceites as seguintes despesas:

- A compra, antes do fim das filmagens, dos direitos de exibição;
- Investimento parcial, antes do fim das filmagens, na produção (cotas, ações, coprodução etc);
- Adaptação de obras cinematográficas para deficientes visuais e auditivos.

3.3.2 As cotas de exibição

As obrigações em relação às cotas dizem respeito a obras cinematográficas e obras audiovisuais. Nem todos os canais são submetidos às mesmas regras.

3.3.2.1 Cotas de exibição para obras cinematográficas

Busca-se criar cotas para se preservar uma diversidade cultural dentro dos canais de televisão. Isso data dos anos 1970, quando foi assinada uma convenção geral do Diretor do ORTF à época junto ao Ministério dos Assuntos Culturais que fixava uma cota de 50% de filmes franceses na programação cinematográfica nos canais de televisão. Isso visava proteger os filmes franceses nos canais, uma vez que sua presença nas salas de cinema era minoritária. Nos anos 1990, o Decreto nº 90-66 de 17 de janeiro fixará novas regras em relação a exibição dessas obras nos canais.

De modo geral podemos dizer que as cotas são aplicadas para que seja possível a garantia nos canais de televisão de filmes de expressão original francesa ou europeus. Além delas, também há outras duas medidas que buscam limitar a difusão de filmes na TV, concebidas para proteger a exibição em salas de cinema. A primeira diz respeito a um máximo anual de obras inéditas, enquanto a segunda veta a difusão de obras cinematográficas em dias e horários particularmente lucrativos para os cinemas, buscando, desta forma, desestimular uma competição nociva entre a programação filmica da televisão e a do cinema.

As cotas de obras cinematográficas distinguem os chamados canais de serviços de cinema dos outros canais:

a) Os canais de serviços de cinema são aqueles cuja principal função é a difusão de obras cinematográficas ou emissões dedicadas ao cinema e sua história. Segundo o

Decreto nº 2010-747 de 2 de julho de 2010, esses canais dedicam ao menos 75% do seu tempo de difusão diária a programas com essas características. Esses canais focados em cinema são subdivididos em função das especificidades de suas exibições:

- canais de cinema de primeira difusão são aqueles que fazem a estreia de um ou vários filmes com exclusividade, ou aqueles que tenham realizado a difusão de 10 obras cinematográficas em segunda difusão (2º canal a difundir) em menos de 36 meses após seu lançamento em sala.

- canais de cinema de primeira exclusividade são aqueles que lançam como primeira exibição na televisão ao menos 75 obras cinematográficas, sendo destas 10 de expressão francesa.

- canais de patrimônio cinematográfico são aqueles que exibem exclusivamente obras cinematográficas que tenham sido lançadas em sala de cinema há mais de 30 anos.

As cotas seguidas por todos os canais com este perfil são a exibição de ao menos 60% de obras cinematográficas europeias e 40% de obras de expressão original francesa no total de longas-metragens exibidos no canal ao longo do ano. Aqueles classificados como canais de cinema de primeira difusão são submetidos a taxas mais sutis: 50% e 35%, respectivamente.

Além disso, esses canais não podem difundir mais de 500 obras cinematográficas diferentes anualmente, sendo que as reprises de cada uma não podem passar de 7 em um período de três semanas.

Finalmente, o decreto proíbe a difusão de filmes em certos horários: das 18h às 23h do sábado (exceto para os canais de cinema de primeira exclusividade sob certas condições) e das 13h às 18h do domingo (exceto para os filmes preto e branco dos canais de patrimônio cinematográfico). Dentro das obrigações a serem seguidas é importante mencionar a Cronologia das mídias,¹⁶⁰ que não vale apenas para a televisão, mas para todas as janelas de exibição de um filme. A regra determina uma ordem temporal a ser seguida no que diz respeito à trajetória de uma obra (após a estreia em sala de cinema, deve-se esperar no mínimo 4 meses para a obra ser vendida, alugada ou difundida em TVoD; mais de um ano para chegar aos canais de televisão; mais tempo ainda para serviços de SVoD e assim por diante).

b) Os canais que não são de serviços de cinema devem seguir a mesma cota que determina que um mínimo de 60% da programação seja de obras cinematográficas europeias,

¹⁶⁰ Após o lançamento de um filme em sala de cinema este deve esperar pelo menos 10 meses para poder ser exibido em um canal de televisão. Mais detalhes da cronologia das mídias no Anexo VI.

e 40% de obras de expressão original francesa, em relação ao total de longas-metragens difundidos anualmente. Contudo, é importante notar que esses canais devem cumprir suas cotas de difusão no horário nobre, definido pelo decreto como a faixa horária das 20h30 às 22h30.

Além disso, para esses canais o teto de longas-metragens é fixado em 192 (número que inclui, além da difusão, as reprises), sem que as difusões e reprises em horário nobre ultrapassem 144 filmes. Há também a possibilidade de difundir 52 filmes suplementares, desde que sejam classificados *Art et Essai* e exibidos no canal fora do horário nobre.

Finalmente, esses canais têm mais horários vetados à difusão de filmes: as noites inteiras de quarta-feira e sexta-feira (exceto obras *Art et Essai* após as 22h30), o sábado inteiro e o domingo antes das 20h30.

3.3.2.2 Cotas de exibição para obras audiovisuais

As cotas relacionadas a obras audiovisuais dizem respeito àquelas que forem europeias e/ou de expressão francesa e buscam, como já mencionado, proteger o cinema francês e europeu, dificultando o crescimento das obras estrangeiras nos canais em detrimento de obras locais, dando a possibilidade do telespectador ter acesso a uma programação nacional. A regulamentação desta categoria difere para canais hertzianos e não hertzianos.

O início das cotas de difusão na França se deu nos anos 1970. As três empresas nacionais de programas de televisão procedentes do ORTF definiram para os canais um limite anual mínimo de difusão de 60% de obras de ficção de origem ou participação majoritária francesa.

Canais hertzianos

São eles TF1, M6, France 2,3,4,5, Direct 8, TMC, NT1, NRJ 12, W9, Direct Star e Gulli.

Os canais devem exibir anualmente ao menos 60% de obras audiovisuais europeias e 40% de obras de expressão original francesa. Além disso, essa proporção deve ser mantida durante horários de grande audiência: das 14h às 18h (quarta-feira) e das 18h às 23h nos outros dias.

O CSA também é autorizado pelo decreto a determinar diferentes horários de grande audiência dos canais em função de sua programação e horários. Ou seja o CSA tem a prerrogativa de definir o que considera horário nobre para cada canal.

Os canais Canal + e TPS também fazem parte das medidas, mas seus horários nobres são considerados das 20h30 às 22h30.

Canais não-hertzianos

Seguem a mesma regra dos canais hertzianos, ou seja, mínimo de 60% de difusão de obras europeias e 40% de obras de expressão original francesa.

O Decreto autoriza o CSA a baixar o mínimo para 50% quando o canal se envolve na produção de obras de expressão original francesa inéditas e que sejam de produtoras independentes.

Através dessas cotas de difusão de obras na grade de programação televisiva, assim como o auxílio na produção das mesmas, possibilita que produções cinematográficas e audiovisuais francesas e europeias, independentes ou patrimoniais, mais recentemente o VoD, SVoD, e TVoD, encontrem seu espaço garantido na televisão, setor tão fundamental para o funcionamento da economia do audiovisual.

3.4 A reforma da Cosip: a construção de uma legislação em defesa do documentário de criação

Como vimos, os auxílios aos documentários audiovisuais tomam basicamente dois caminhos: o automático e o seletivo. O primeiro deles é destinado às produtoras que já possuam uma conta automática junto ao CNC, e cujo auxílio é calculado com base no número de horas difundido na televisão no ano anterior. Já o seletivo é concedido aos projetos específicos, após passarem pelo julgamento de uma comissão.

No entanto, esse sistema provocava, na visão de alguns atores do mercado, um desequilíbrio no que tange ao documentário de criação¹⁶¹. Diante deste cenário, o Ministério

¹⁶¹ A definição de documentário de criação é amplamente debatida e de modo algum ponto pacífico. Praticamente todos os estudos ressaltam a dificuldade de apreender bem sua natureza. Adotaremos aqui a definição proposta pelo relatório *Le Documentaire Dans Tous Ses États*: “um empreendimento artístico que estrutura uma representação do real”, que ainda precisa que deve se tratar de uma obra “perene”, ou seja, que possa interessar a públicos diferentes ao longo do tempo. É possível ver que na primeira definição há uma tentativa de excluir aquelas produções que não seriam artísticas (feitas em um formato pré-moldado, sem crítica ou reflexão sobre o narrar), e na precisão posterior, uma tentativa de excluir aquelas cuja temática é unicamente relevante por ser atual.

da Cultura encomendou no início de 2011 um estudo sobre o estado do documentário de criação (*Le Documentaire Dans Tous Ses États*¹⁶² – *Pour une nouvelle vie du documentaire de création*) e suas condições de produção, financiamento e difusão. O documento contribuiu para comprovar o desnível relatado pelos agentes do mercado. Como conta Anna Feillou¹⁶³,

O que acontecia era que esses auxílios automáticos, durante muito tempo, iam sobretudo para documentários que se assemelhavam mais a reportagens do que a documentários – documentários que não eram exatamente documentários de criação. E o relatório encomendado pelo Ministério da Cultura afirmava que o documentário de criação tinha mais dificuldade de alcançar a televisão. Dizia, enfim, que o CNC tinha que tomar uma atitude para que o documentário realmente de criação fosse mais bem ajudado. (FEILLOU, 2017).

Com base nisso, em 2014, o CNC realizou uma profunda reforma em seu sistema de fomento ao documentário audiovisual, ou seja, o documentário que é realizado para ser difundido na televisão. Chamada de Reforma da Cosip, basicamente incidiu sobre o auxílio automático, de modo que os filmes a ele elegíveis¹⁶⁴ passaram a se beneficiar de um novo sistema de ajuda.

Conforme já mencionado, o sistema anterior dependia unicamente do investimento do canal por hora de produção (ADHN): quanto maior este fosse, mais o filme receberia. *Grosso modo*, um filme com ADHN de 12 mil euros obteria cerca de 15 mil euros de auxílio automático, enquanto um ADHN de 160 mil euros receberia pouco mais de 32 mil euros.

A ideia da Reforma foi de criar um sistema adicional, de bonificações com respeito a 5 itens (escritura, montagem, música original, massa criativa, financiamento internacional), para aumentar o auxílio de base já recebido. Desse modo, cada item poderia aumentar o benefício com uma bonificação de 3 mil a 6 mil euros, sendo que o conjunto deles poderia conferir um bônus máximo de 15 mil euros. Essas bonificações visam beneficiar documentários de criação, contemplando elementos presentes neste tipo de produção. Por

162 A expressão “dans tous ses états” significa informalmente, em francês, em estado de agitação, nervoso; uma possível aproximação seria “O documentário fora de si”. No entanto, há também o sentido de “todos os estados do documentário”, que seriam contemplados na pesquisa. Para manter essa polissemia e não entrar no mérito de qual é a melhor tradução, citaremos o nome do relatório no original.

163 Anna Feillou é realizadora. Formada em economia, é atuante na defesa do documentário de criação fazendo parte de algumas associações como ATIS (Auteurs de l’Image et du Son en Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes) ADDOC (Association des cinéastes documentaristes); SRF (Société des Réaliateurs de Films) e da Boucle Documentaire. Atualmente faz parte da comissão de auxílio seletivo do CNC, e foi responsável, juntamente a Élisabeth Clément, pelo estudo “Production Documentaire: un regard hexagonal”.

164 Para ser elegível ao auxílio automático do CNC, o documentário deve respeitar as regras citadas no capítulo 3: mínimo de 30% de financiamento francês, mínimo de 25% de aporte do difusor, mínimo de 24% das despesas na França, máximo de 50% de financiamentos públicos.

exemplo, uma obra que apresente uma música original ou um tempo de montagem mais longo tem características que a tornam mais autoral, e portanto receberia mais verba.

O ponto mais polêmico desta reforma foi que, a fim de afastar do dispositivo de auxílio os filmes “mais formatados”, o CNC considerou as obras ‘que emprestavam dos códigos da reportagem ou do magazine’¹⁶⁵ como inelegíveis às bonificações, uma decisão que cabia à comissão seletiva. Como consequência, cerca de metade das 2.500 horas de programação ajudadas em 2015 pelo auxílio automático foram excluídas dessas bonificações.

Diante deste cenário, os atores do mercado que estavam descontentes com a reforma (produtoras próximas da televisão, que viram suas produções preteridas, além dos próprios canais) pressionaram o CNC, que em junho de 2016 encomendou a Yves Jeanneau¹⁶⁶ uma “missão de reflexão sobre os documentários que emprestam dos códigos de magazine e reportagem”. O relatório foi publicado em cinco meses, e suas principais constatações mostram bem algumas consequências da reforma, bem como as disputas de interesse:

- Um número considerável de profissionais não conhecem bem o sistema, confundem as regras do automático, do seletivo, a noção de programas “auxiliados” e programas “bonificados”;
- Uma maioria considera que a noção de documentário “que empresta dos códigos de magazine e reportagem” não é pertinente, uma vez que exclui um certo número de filmes (de investigação) e sobretudo ela induz a uma relativa imprevisibilidade das decisões;
- Um certo número de programas de caráter documental são insuficientemente auxiliados, em particular programas ditos “híbridos”, misturando os gêneros documentário / ficção e ou animação;
- Ao contrário, os produtores e difusores de formas não-bonificadas de programas “que emprestam...” reivindicam de maneira organizada um retorno aos auxílios não discriminatórios, a um respeito de suas próprias escolhas, de suas “dificuldades econômicas”.¹⁶⁷

Os atores descontentes, reunidos em torno do sindicato da Imprensa Audiovisual, entraram na justiça para contestar a exclusão dos documentários de formato magazine e reportagem dos bônus. Em novembro de 2016 o Conselho de Estado julgou que essa noção de filmes que ‘emprestavam dos códigos de reportagem ou de magazine’ não repousava sobre

165 Os documentários magazine e reportagem também são produções de difícil e controversa definição, mas cabe notar que em geral são contrapostos aos documentários de criação. Em relatório sobre eles, Jeanneau, embora discorde da classificação, esboça uma definição. Documentários reportagem “descrevem um evento frequentemente ligado a uma atualidade recente ou fatos sociais. Sua vocação é relatar os fatos com uma análise contextual mais ou menos crítica através de testemunhos colhidos em campo. [...] É raramente exportável ou passível de reprise”. Já documentários magazine são “um quadro formal e editorial no qual são difundidos reportagens ou documentários. Pode ser ‘anunciado’ por um apresentador, ser composto por quadros que organizam debates ou simples entrevistas relacionados às reportagens transmitidas durante o programa.

166 Yves Jeanneau é fundador e comissário-geral do evento *Sunny Side of the Doc* desde 1989, co-fundador e diretor da produtora francesa *Les Films d'ici* de 1984 a 2000, além de produtor e teórico do documentário. Neste trabalho, ele voltará a ser mencionado no capítulo 5 por ocasião da análise do evento sob seu comando.

167 Disponível em: <<http://www.cnc.fr/web/fr/rapports/-/ressources/10658560>> Acesso em junho de 2018.

critérios objetivos e racionais e obrigou o CNC a anulá-la. Com essa decisão, toda e qualquer produção passaria a ter acesso às bonificações.

Diante do risco de um aumento brutal do custo do auxílio automático, que ameaçava desequilibrar todo o sistema de ajudas, o CNC convocou com urgência uma nova reunião para discutir o assunto. De dezembro de 2016 a março de 2017, o CNC, quatro organizações de produtores (USPA, SPI, SATEV e SPECT), com a Scam e a Boucle du documentaire¹⁶⁸, reuniram-se quinzenalmente e chegaram a um novo sistema. As regras do apoio seletivo não mudaram, mas apenas as do apoio automático. Como antes, o sistema se organiza em torno de um auxílio de base e de bonificações¹⁶⁹ que permitem aumentá-lo, mas operou-se uma grande mudança no sistema de acesso às bonificações. A partir de agora, para ser “bonificável” um documentário deveria ter pelo menos 3 itens dos citados acima. Desse modo um filme com apenas 1 ou 2 elementos (música original e financiamento internacional, por exemplo) deixa de ter acesso ao bônus. Das 5 bonificações criadas pela Reforma de 2014, dois foram modificadas (montagem e financiamento internacional), uma tornou o acesso mais difícil (música), uma foi reforçada e desenvolvida (escritura/desenvolvimento), uma foi suprimida (massa criativa – muito fácil de ser obtida, segundo o CNC) e substituída (diversidade do financiamento), e uma sexta bonificação, que toca diretamente aos realizadores, foi acrescentada.

Detalharemos os itens:

Financiamento internacional: caso o produtor ou distribuidor tenha feito a pré-venda de um documentário para 3 ou 4 países, bônus de 3 mil euros; acima de 5 países, bônus de 6 mil euros.

168 Conjunto de organizações nacionais e regionais em defesa do documentário de criação. São elas AARSE (Association des Auteurs Réalisateurs du Sud-Est – Provence-Alpes-Côte d’Azur); ACID (Association du Cinéma Indépendant pour sa Diffusion); ADDOC (Association des cinéastes documentaristes); ALRT (Association Ligérienne des Réalisateurs et Techniciens – Pays de la Loire); ARBRE (Auteurs Réalisateurs en Bretagne); ATIS (Auteurs de l’Image et du Son en Aquitaine-Limousin-Poitou-Charentes); APARR (Association des Professionnels Audiovisuel Rhin-Rhône – Bourgogne-Franche-Comté); Le Plateau (Association des cinéastes, auteurs et réalisateurs de l’image et du son en Auvergne); Les Petites Caméras (Association de Cinéastes en Bourgogne); REAL (Association des Réalisateurs, Expérimentateurs et Auteurs en Languedoc-Roussillon); SAFIRE (Société des Auteurs de Films Indépendants en Région Est); SAFIR Haut de France (Société des Auteurs de Films Indépendants en Région – Hauts-de-France); SFR-CGT (Syndicat Français des Réalisateurs) e SRF (Société des Réalisateurs de Films)

169 Os auxílios de base e as bonificações são calculados de acordo com um coeficiente que varia conforme a duração da obra audiovisual auxiliada. Para um documentário de 52 minutos, o coeficiente de 0,1 equivale a 2.964 euros. A fim de facilitar a compreensão desse complexo sistema, adotaremos nas descrições a seguir o valor aproximado de 3 mil euros para um coeficiente de 0,1, 6 mil euros para um coeficiente de 0,2, e assim por diante.

Diversidade do financiamento: bônus de 3 mil euros se o orçamento do programa provir de ao menos duas fontes. Isso vale para canais franceses, coletividades territoriais francesas ou europeias, ministérios, fundações e associações de utilidade pública franceses, ou instituições europeias.

Essas duas bonificações visam estimular os produtores a buscarem diversificar suas fontes de financiamento, tratando-se de bônus de ordem econômica. As próximas bonificações incidem sobre características de ordem mais artística.

Montagem: a bonificação é calculada com base no tempo de trabalho do montador-chefe. Para um documentário de 52 minutos, caso o tempo de trabalho seja de 25 a 35 dias, bônus de 3 mil euros; caso o tempo de trabalho seja superior a 35 dias, bônus de 6 mil euros.

Música: se o montante direcionado à música (cessão de direitos e salários) for superior a 3 mil euros por hora de programa, bônus de 3 mil euros.

Escritura e desenvolvimento: esta bonificação leva em conta os auxílios à escritura e ao desenvolvimento recebidos do CNC. Se a obra obteve um dos dois auxílios acima em valor superior a 3 mil euros, bônus de 3 mil. Se foi assinada uma coprodução com um canal difusor para um investimento de pelo menos 6 mil euros por hora de programa, bônus de 3 mil euros. Se a obra tiver obtido uma ajuda à escritura e uma ajuda ao desenvolvimento, ou duas ajudas à escritura, ou duas ajudas ao desenvolvimento, bônus de 6 mil euros.

Realizadores: Esta bonificação não tem um valor pré definido, e é acrescentada ao final do cálculo de todas as outras. Ela é baseada no número de dias de trabalho remunerados do realizador. Quanto maior o custo da produção (ADHN) mais dias de trabalho serão necessários para obter o bônus. Um ADHN de 20 mil euros exige 35 dias de trabalho; um ADHN de 100 mil euros exige 60 dias de trabalho.

Um último ponto da Reforma aumenta os coeficientes em 20% para documentários históricos, científicos e artísticos. Para ter acesso a ela, é necessário que: o ADHN seja superior a 100 mil euros; a obra tenha obtido ao menos 3 bonificações; utilize uma quantidade significativa de elementos de recontextualização (imagens de arquivo, ou animações, por exemplo)

Segundo Anne Feillou as reformas não devem parar por aí, uma vez que produtoras mais alinhadas com os interesses da televisão buscarão questionar a reforma por não a considerarem vantajosa.

CAPÍTULO IV – O mercado do documentário na França

O capítulo 4 será dividido em três partes, uma primeira focada em apresentar dados estatísticos sobre o mercado de salas francês, um segundo momento em que enfocaremos especificamente os dados sobre o mercado do documentário exibido em sala, e uma terceira etapa dedicada à produção do documentário para a televisão.

Este capítulo será dividido em três partes. A primeira será dedicada à apresentação de dados estatísticos sobre o mercado de salas francês; a segunda visará, especificamente, os dados sobre o mercado do documentário exibido em sala; e, por fim, a terceira terá como foco a produção do documentário para a televisão.

Os dados analisados fazem parte, em sua maioria, de um estudo intitulado “O mercado do documentário” (*Le marché du documentaire*), realizado pelo CNC anualmente desde 2009.¹⁷⁰ O estudo analisa números sobre a produção documental cinematográfica e audiovisual, apresentando o desempenho desta nas salas, televisão, VoD, vídeo e na sua exportação. Em função do recorte proposto pela pesquisa, abordaremos os dados referentes às salas de cinema e à televisão.

4.1 O mercado de salas de cinema na França: *Art et Essai* x *Multiplex*

Antes de abordar propriamente a questão do número de salas de cinema na França, é importante registrar que no mercado francês há um tipo de sala classificada como *Art et Essai* (Arte e Ensaio, em uma tradução literal). Devido a sua extensão enquanto dispositivo de política cultural, é fundamental fazer uma prévia exposição de suas características e de sua história.

A implantação desse dispositivo tem início nos anos 1950, quando um conjunto de proprietários de salas e críticos de cinema reunidos criaram a Associação Francesa de Cinemas *Art et Essai* (AFCAE), presidida por Jean Lescure.¹⁷¹ Tratava-se de uma rede de

170 Apesar de o estudo ser feito desde 2009, há por vezes uma exposição da evolução de alguns indicadores que recua uma década. No entanto, alguns dados não cobrem o período por completo. Nas análises a seguir, optamos por apresentar o histórico disponível dos dados sempre que julgado relevante.

171 Jean Lescure foi um escritor e poeta francês que participou do ambiente artístico francês do século XX, tendo ocupado alguns postos importantes ao longo de sua vida. Em 1950 se associou ao pai, que dirigia um cinema no subúrbio de Paris destinado a filmes de arte, e, a partir daí, com o auxílio de André Mauraux, contribuiu para criar as condições de funcionamento da Associação Francesa de Cinema *Art et Essai*, a qual

salas de cinema independentes ou associativas que se distribuíam sobre todo território francês. Essas salas buscavam contribuir com uma diversidade cultural oferecendo uma programação que contava com uma grande variedade de filmes, missão mantida até hoje.

Em 1959, com a criação do Ministério da Cultura sob o comando de André Malraux, essas salas foram reconhecidas pelo Estado, inicialmente na região de Paris e depois pelo restante da França e, na sequência, passaram a receber auxílios em função da programação que propunham. Ao longo dos anos, o mecanismo de fomento sofreu inúmeras alterações metodológicas na tentativa de alcançar um financiamento cada vez mais equilibrado, mas seu objetivo básico é o mesmo desde sua criação: dar estímulos às salas de cinema que propõem uma programação com um mínimo de filmes independentes, de relevante valor artístico e que contribuam para a cinematografia de modo geral.

Atualmente, a classificação das salas se dá em função da programação e do tamanho da cidade em que estão localizadas. Existem cinco categorias de municípios e, basicamente, quanto maior for sua população, maior deve ser proporcionalmente a quantidade de sessões de filmes de *Art et Essai*. Para analisar um cinema localizado em uma cidade com mais de 200 mil habitantes, por exemplo, pega-se o período de um ano como base e divide-se o número de sessões de filmes *Art et Essai* pelo número total de sessões de modo a obter uma porcentagem. Caso esta seja maior do que 70%, para o caso acima, o cinema pode receber a classificação *Art et Essai*. É importante ressaltar, no entanto, que cidades com menos habitantes têm uma outra forma de cálculo, que resulta em uma exigência mais branda de programação (para municípios menores, alguns cinemas com 20% ou 25% de sessões de filmes *Art et Essai* já se classificam). Essa é uma diferença importante, aprimorada ao longo do tempo, pois reconhece que as cidades menores, de menor público potencial, teriam mais dificuldade de se manter economicamente com uma proporção muito elevada de filmes *Art et Essai*;¹⁷² já uma cidade populosa, com maior público potencial e por já contar com estabelecimentos de cinema mais focados no grande público, tem mais “responsabilidade” de propor uma programação mais *Art et Essai*. Além disso, o benefício calculado pode ser majorado ou minorado com base em critérios como o número e a diversidade de filmes

presidiu de 1966 a 1992.

172 Pela própria característica de inovação (e mesmo reflexão) cinematográfica dos filmes *Art et Essai*, é em geral reconhecido que eles chamarão a atenção de um público mais reduzido, portanto são menos atraentes para um exibidor do ponto de vista exclusivamente econômico. Isso não impede que haja algumas exceções, como alguns filmes de Woody Allen.

propostos, o ambiente sociológico e cinematográfico da região onde fica o cinema, e até as condições físicas da sala.

Essas salas são distribuídas por toda a França, alcançando várias cidades com menos de 100 mil habitantes, incluindo zonas rurais. Por serem estabelecimentos que buscam uma diversidade cultural em suas programações, elas recebem um benefício financeiro: em 2018, o CNC lhes destinou recursos que variaram de 3 mil a 89 mil euros.¹⁷³ Pode-se ver que esses valores não representam um aporte tão vultoso para um cinema, especialmente um que tenha um maior número de salas e portanto um custo de operação mais caro. No entanto, segundo o CNC divulgou em 2017 por ocasião de uma reforma em seu sistema de classificação, cerca de metade dos cinemas franceses são *Art et Essai*. Essa procura dos exibidores pela classificação mostra que o auxílio financeiro recebido, além de estimular uma vocação cultural que valoriza a diversidade de cinematografias, tem um peso econômico.

Além da própria classificação *Art et Essai*, cada estabelecimento pode obter selos de acordo com a especificidade de sua programação: público jovem, patrimônio e repertório, e pesquisa e descoberta. Eles são cumulativos e podem majorar o montante do auxílio recebido em até 6%. A classificação desses selos não é somente para as salas, mas também para os filmes. De acordo com suas características, as obras são classificadas por comissões formadas por membros do mercado e do CNC em uma das três categorias. Obras de *público jovem* são aquelas julgadas pela comissão como relevante para espectadores juvenis; as de *pesquisa e descoberta* são aquelas com características inovadoras no domínio cinematográfico; e aquelas de *patrimônio e repertório* são obras cinematográficas que foram exibidas em sala há mais de vinte anos e que evoquem uma noção de preservação histórica do cinema. As salas podem ainda receber a classificação *Art et Essai* sem programar particularmente nenhuma dessas três categorias, caso em que o recurso que recebe não será majorado.

Podemos tomar como exemplo três salas de cinema que exibem frequentemente documentários em Paris e que são *Art et Essai*. A primeira é o “Espace Saint-Michel”, com duas telas, que recebeu 37,4 mil euros, tendo exibido uma programação preferencialmente de obras de pesquisa e descoberta. O segundo exemplo é o cinema Saint-Germain-des-Prés, que conta com uma tela e recebeu 18,2 mil euros, tendo exibido também uma programação preferencialmente de pesquisa e descoberta. Ambos os cinemas localizam-se no Quartier Latin em Paris, que concentra um conjunto dessas salas. Por fim, o terceiro exemplo é o

173 Dados obtidos na lista de estabelecimentos classificados *Art et Essai* em 2018 segundo a Comissão Nacional, disponível em: <<http://www.cnc.fr/web/fr/classement-art-et-essai>>. Acesso em: jun/2018.

cinema Lucernaire Forum, que possui três telas e recebeu um apoio de 35,7 mil euros, tendo exibido programação predominante de obras de pesquisa e descoberta, e de jovem público.

Todos os anos, um colégio da Comissão *Art et Essai*, comandada pelo CNC, analisa os dossiês das salas de cinema que buscam essa classificação. É importante destacar que a programação de filmes *Art et Essai* não é algo que beneficie exclusivamente o cinema francês, mas inclui a diversidade cinematográfica de vários países.

A Associação Francesa de Cinemas *Art et Essai* (AFCAE)¹⁷⁴ também está presente em Comissões do próprio CNC, o que mostra um empenho por parte do órgão de ampliar sua atuação política. Dentre as suas participações podemos citar como exemplo a Comissão de classificação de obras cinematográficas,¹⁷⁵ ou do Auxílio Seletivo à Modernização e à criação de estabelecimentos cinematográficos, ou ainda a de Auxílios seletivos à distribuição, que foram tratados no capítulo 2.

Partindo para a análise dos dados, podemos verificar nesta próxima tabela o número de salas de cinema *Art et Essai* na França em relação ao número total de salas de 2007 a 2015.¹⁷⁶

174 A AFCAE também auxilia filmes de autor em seu lançamento a fim de colaborar para que estes alcancem mais salas e um tempo maior de exposição. Normalmente, o pedido é feito por um distribuidor com um mínimo de dez semanas antes do lançamento e é avaliado por um grupo intitulado “Ações de Promoção” (*Action Promotion*). Uma das vantagens desse sistema é que permite que todas as salas classificadas *Art et Essai* tenham acesso a esse filme, assim como proponham sessões comentadas com o diretor ou membros da equipe.

175 Todos filmes franceses ou estrangeiros, de curta ou longa-metragem, que pretendam realizar uma exibição pública devem antes se apresentar ao comitê de classificação e depois à comissão de classificação.

176 Até o início de 2018, o dado oficial mais recente do CNC quanto ao número de salas *Art et Essai* na França era sobre o ano de 2015.

Tabela 10 – Evolução das salas de cinema na França (2007-2015)¹⁷⁷

Ano	Salas de cinema (total)	Salas <i>Art et Essai</i>	Salas <i>Art et Essai</i> (%)
2007	5.316	2.129	40,0%
2008	5.390	2.065	38,3%
2009	5.470	2.202	40,3%
2010	5.467	2.235	40,9%
2011	5.467	2.247	41,1%
2012	5.508	2.290	41,6%
2013	5.588	2.365	42,3%
2014	5.647	2.410	42,7%
2015	5.741	2.418	42,1%

Fonte: CNC. Elaboração: autora.

É possível verificar que o número total de salas de cinema na França aumentou moderadamente nesses últimos anos, tendo um leve decréscimo de 2009 a 2010. O número total de salas em 2015, 5.741, vai praticamente se manter em 2016. Pode-se verificar igualmente nesta tabela os dados referentes ao número de salas *Art et Essai*. Elas representaram no período analisado 40% ou mais do total de salas de cinema no país, totalizando 2.418 salas em 2015, dado mais recente disponibilizado pelo CNC.

Na próxima tabela podemos observar a relação que existe entre as salas *Art et Essai* e os Multiplex, ou seja, estabelecimentos que contam com oito ou mais telas.

¹⁷⁷ Dados obtidos a partir dos estudos Observatório da difusão e da frequência cinematográficas (Observatoire de la diffusion et de la fréquentation cinématographiques), Os estabelecimentos classificados *Art et Essai* após edital (Les établissements classés *Art et Essai* après appel) e Dossiê nº 333 - A geografia do cinema (Dossier nº333 - La géographie du cinéma). Disponíveis em: <<http://www.cnc.fr/web/fr/publications/-/ressources/13065994>>, <<http://www.cnc.fr/web/fr/syntheses/-/ressources/11866692>> e <<http://www.cnc.fr/web/fr/dossier/-/ressources/8622173>>. Acesso em: jun/2018.

Tabela 11 – Relação entre salas *Art et Essai* e Multiplex na França (2007-2015)

Ano	Estabelecimentos de cinema (total)	Estabelecimentos <i>Art et Essai</i>	Estabelecimentos <i>Art et Essai</i> (%)	Estabelecimentos Multiplex	Estabelecimentos Multiplex (%)
2007	2.055	1.041	50,7%	158	7,7%
2008	2.069	984	47,6%	164	7,9%
2009	2.066	1.059	51,3%	171	8,3%
2010	2.049	1.077	52,6%	172	8,4%
2011	2.033	1.106	54,4%	176	8,7%
2012	2.035	1.132	55,6%	181	8,9%
2013	2.026	1.148	56,7%	188	9,3%
2014	2.020	1.159	57,4%	191	9,5%
2015	2.033	1.162	57,2%	203	10,0%

Fonte: CNC. Elaboração: autora.

Os multiplex cresceram a partir dos anos 2000, oferecendo um conjunto grande de salas em um único local, e mudando um pouco o hábito de consumo do espectador. Se no caso de uma pequena sala de rua ele deve se informar com antecedência sobre a programação e os horários de cada filme (pois muitos estabelecimentos pequenos optam frequentemente por ceder apenas um horário do dia para determinada obra), no modelo multiplex ele pode ir até o cinema praticamente sem informações prévias, e, lá, terá uma ampla gama de escolhas.

O contraste que existe entre esses dois estabelecimentos se coloca, pois eles exibem, na maior parte dos casos, programações bem diferentes (uma vez que a classificação de salas *Art et Essai* é feita por estabelecimento e não mais por sala desde a reforma de 2002, fazendo com que o cinema seja avaliado pelo conjunto de sua programação). Além disso, há a questão do tamanho: segundo dados do CNC, em 2005, 70% dos estabelecimentos *Art et Essai* contavam com até 3 salas, e apenas 12,1% com mais de 8 salas, o que acentua a oposição entre eles e os multiplex, por definição exibidores de porte grande.

As salas *Art et Essai* são hoje um espaço privilegiado de exibição de documentários. No entanto, mesmo que recebam em grande medida uma proteção da classificação de filmes *Art et Essai* (lembremos que 86,3% dos documentários de 2000 a 2016 receberam essa classificação), eles têm sofrido cada vez mais com a concorrência pelo espaço desses estabelecimentos especializado em razão do alto número de filmes anualmente a eles destinado (não apenas os lançamentos de ficção e animação franceses, mas também todos os estrangeiros, e, ainda, os filmes de patrimônio, ou seja, que já foram lançados há muitos anos e são reexibidos).

Nesta próxima tabela podemos conferir os maiores exibidores da França.

Tabela 12 – Os dez maiores exibidores da França segundo o número de salas (2016)¹⁷⁸

Nome	Estabelecimentos	Estabelecimentos (%)	Salas	Salas (%)
Les Cinémas Gaumont Pathé	71	3,5%	774	13,2%
CGR	47	2,3%	474	8,1%
UGC	36	1,8%	394	6,7%
Cap Cinéma	23	1,1%	160	2,7%
Kinépolis	11	0,5%	128	2,2%
Megarama	22	1,1%	124	2,1%
CinéAlpes	19	0,9%	110	1,9%
SAS Cinéville	13	0,6%	106	1,8%
Sté d'exploitation grand écran	9	0,4%	70	1,2%
MK2	12	0,6%	65	1,1%
Subtotal	263	12,8%	2405	41,0%
Demais cinemas	1782	87,2%	3438	59,0%
Total França	2045	100,0%	5843	100,0%

Fonte: Observatório da difusão e frequência cinematográficas. Elaboração: autora.

A maior rede exibidora é a Gaumont Pathé, que conta com 774 salas de cinema, resultado da união de duas das mais tradicionais empresas francesas do cinema. Podemos concluir que mesmo a Gaumont Pathé detendo o maior número de salas (13% do total), a situação está longe de se configurar como um monopólio. Os cinemas Gaumont Pathé estão situados em várias regiões na França. Só em Paris, dispõem de 14 estabelecimentos, com aproximadamente 100 salas, sendo a metade multiplex.

Em segundo lugar encontra-se a rede CGR (Circuit Georges-Raymond), que atua no mercado francês desde os anos 1960. É uma rede que investiu preferencialmente em cidades pelo interior e litoral da França, como por exemplo La Rochelle, na costa oeste, onde abriram seu primeiro multiplex ainda nos anos 1970. Hoje, nessa cidade, dispõem de três estabelecimentos, enquanto em Paris contam com apenas um.

A rede UGC (Union Générale Cinématographique) também atua no mercado francês desde os anos 1970, conta com salas em algumas cidades, porém tendo seu maior foco em Paris e arredores, onde detém 26 estabelecimentos. A sua atuação fora dessa região se dá com mais intensidade em cidades com mais de 200 mil habitantes, como Toulouse, Lyon, Bordeaux e Lille.

Dentre outros circuitos tradicionais franceses que atuam desde os anos 1970, tanto no setor da produção, distribuição e exibição, podemos citar ainda o MK2, que tem 12

¹⁷⁸ Disponível em: <<http://www.cnc.fr/web/fr/publications/-/ressources/10179397>>. Acesso em: jun/2018.

estabelecimentos e 65 salas, sendo a maior parte delas situada em Paris. De seus cinemas, alguns são classificados como *Art et Essai*, como o MK2 Beaubourg.

Podemos concluir que mesmo havendo políticas de incentivo aos cinemas de porte pequeno, a exemplo da majoração do auxílio no caso das salas *Art et Essai*, somente as dez maiores redes de cinema possuem 41% das salas do país, um cenário de concentração econômica. No entanto, é possível afirmar que, sem as medidas de certa forma protecionistas aos pequenos exibidores, esta disparidade estaria ainda mais acentuada.

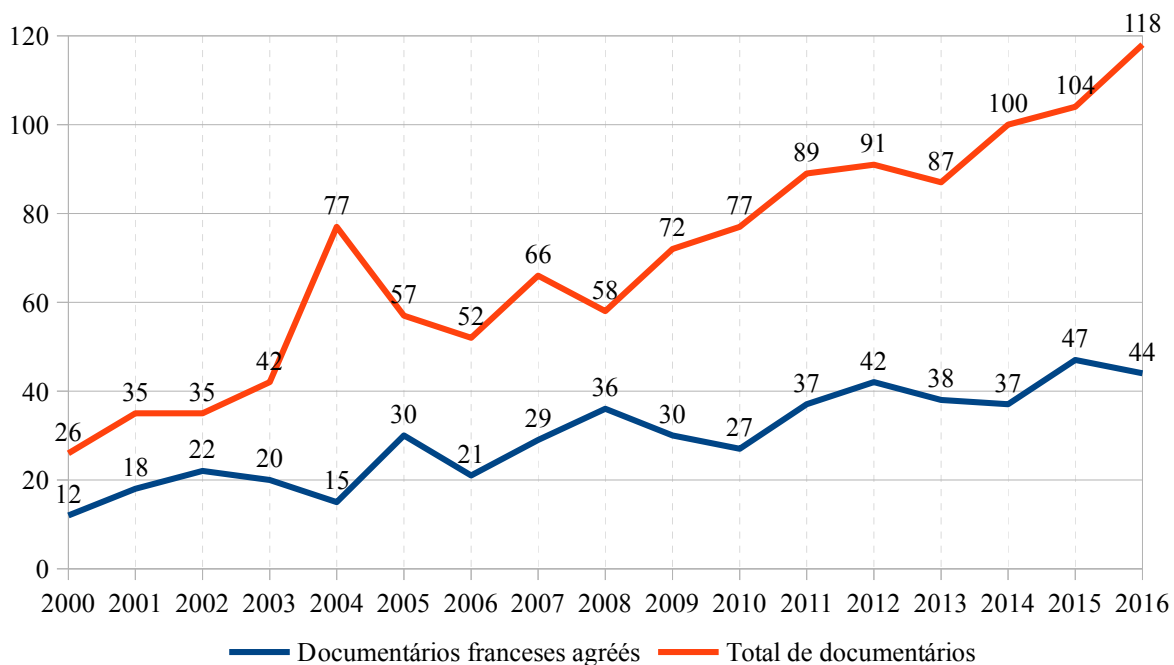
4.2 O documentário francês exibido nas salas de cinema

4.2.1 A produção de documentários

O próximo gráfico apresenta a evolução no número de documentários longas-metragens *agrées*¹⁷⁹ franceses lançados em sala de cinema. Basicamente, ficam excluídos dessa contabilidade documentários estrangeiros; documentários financiados por uma produtora francesa mas que não puderem ser qualificados como obras europeias; filmes cujo financiamento não seja enquadrado como apoio financeiro do Estado; e filmes cuja produção não esteja terminada no final do ano em questão. A diferenciação entre documentários *agrées* e não-*agrées* é importante, pois a maioria dos dados do CNC vai se limitar à análise apenas dos primeiros, enquanto o total de documentários lançados no cinema é obtido pela soma de ambos.

¹⁷⁹ Documentários *agrées* são aqueles que foram autorizados pelo CNC a receber um apoio automático (*soutien automatique*). Para receber este apoio, é preciso seguir algumas regras, já tratadas no capítulo 3.

Gráfico 16 – Relação entre documentários *agrées* e todos os documentários lançados no cinema (2000-2016)



Fonte: *Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.*

Podemos verificar neste gráfico que o número de documentários é crescente nos últimos anos na França, seja o das produções *agrées*, com pico em 2015, seja o das produções documentais em geral exibidas no cinema. Em 2016, especificamente sobre os filmes *agrées*, houve 34 documentários 100% franceses, enquanto 10 foram coproduções. Além disso, desses 44 documentários, 22 foram primeiros filmes de diretores e 5 foram segundos filmes. Essa parcela de 50% de realizadores estreantes pode representar um processo de renovação no documentário.

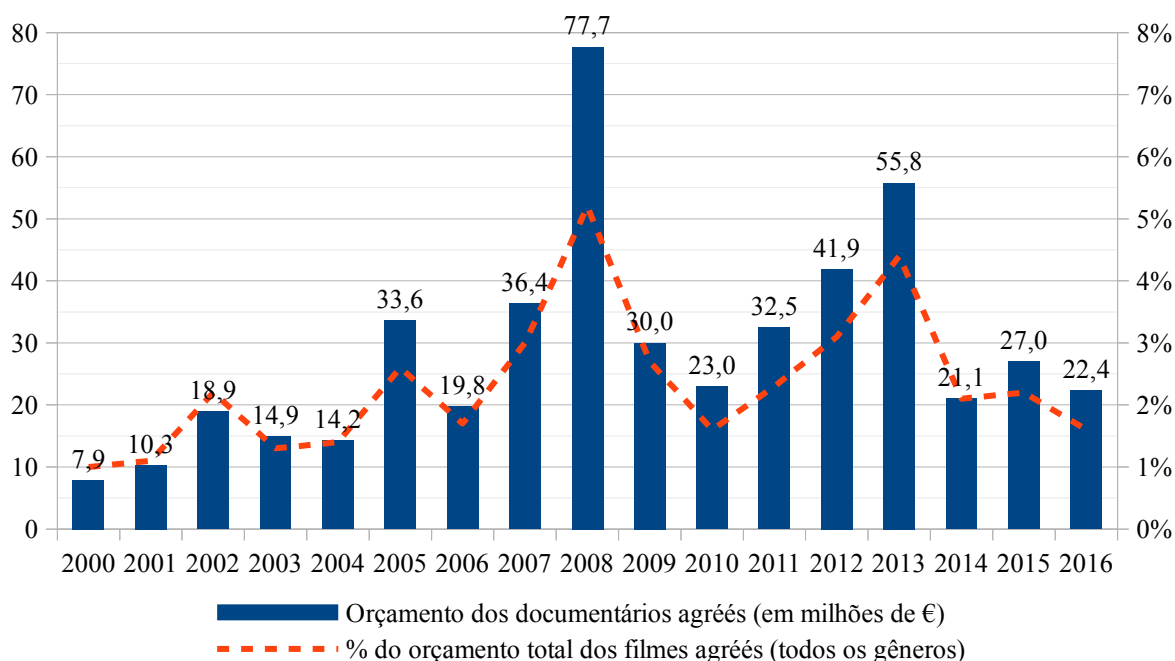
Do conjunto de 118 lançamentos de 2016, houve 79 filmes franceses,¹⁸⁰ 10 norte-americanos e 23 europeus não-franceses, que no caso foram filmes alemães, britânicos, espanhóis e suíços.

Nos 17 anos analisados, houve 1.186 documentários lançados no cinema, dos quais cerca de dois terços (782) foram franceses. Destes, 83,6% foram filmes de produção inteiramente francesa, 10,6% foram coproduções majoritárias (83 filmes) e 5,8%, minoritárias (45 filmes). A maior presença estrangeira é dos Estados Unidos, que lançaram 141 documentários no período, seguidos pelo Reino Unido, com 44 produções.

¹⁸⁰ Estes podem ser 100% francês, majoritariamente francês e minoritariamente francês.

No gráfico a seguir podemos observar o orçamento anual dos documentários longas-metragens, assim como quanto ele representa do orçamento anual de todos os gêneros de filmes.

Gráfico 17 – Orçamento anual dos documentários longas-metragens *agréés* (2000-2016)



Fonte: *Le marché du documentaire/CNC*. Elaboração: autora.

Podemos verificar que o orçamento anual dos documentários teve ligeiro aumento no período analisado, porém não de forma estável. Mesmo se contrastarmos com o número de documentários produzidos, nem sempre o aumento de um corresponde ao aumento do outro. Em 2008, por exemplo, houve o maior orçamento anual, 77,7 milhões de euros, mas somente 36 documentários (sexto maior número da amostra analisada), o que resulta em um grande orçamento médio, de 2,16 milhões de euros por filme. Por outro lado, em 2016, um orçamento anual bastante menor foi distribuído entre mais filmes (22,4 milhões de euros para 44 produções), ocasionando o menor orçamento médio dos anos em análise, de 509 mil euros por documentário, menos de um quarto do índice de 2008.

O que pode ajudar a explicar a diferença nos números é a presença de produções onerosas. Em 2008, houve *Océans*, e em 2013, *Les Saisons*, ambos de Jacques Perrin e Jacques Cluzaud, e ambos com orçamentos superiores a 10 milhões de euros. Além destes, na

última década de análise (2007 a 2016), somente outros dois ultrapassaram o mesmo limiar, *Home* (2007), de Yann Arthus-Bertrand, e *African Safari 3D* (2012) de Ben Stassen. Essas produções contribuíram para elevar o orçamento médio dos documentários *agréés* nessa década para 1 milhão de euros. No entanto, esse número não é representativo da maioria das obras documentais que chegaram ao cinema: 80,4% dos documentários tiveram orçamentos inferiores a esse valor.

Quando são comparadas as cifras dos documentários e o de todas as produções reunidas (documentários, ficções e animações) na última década de análise, vemos que o orçamento médio dos primeiros, de 1 milhão de euros, é cinco vezes menor do que o do segundo grupo. Em 2016, especificamente, essa diferença chegou a dez vezes.

Outro dado representativo deste estudo é a porcentagem do orçamento anual dos documentários em relação aos demais gêneros. No gráfico, fica evidente que esta proporção nunca passou os 6%. O pico ocorreu em 2008, quando o documentário alcançou 5,2% do orçamento total. Depois teve uma queda em 2010 (1,6%) e retornando a ter um pico em 2013 (4,4%). Desde 2013 este número tem baixado, chegando a 1,6% em 2016.

Se na última década da amostra analisada (2007 a 2016) o documentário teve um orçamento anual próximo de 3% do orçamento de todos os gêneros (portanto incluindo ficção e animação), é importante ressaltar que no mesmo período as produções documentais receberam 2,9% dos investimentos realizados pelo CNC em toda a produção cinematográfica francesa. De maneira geral, podemos verificar que o órgão francês vem investindo nos documentários aproximadamente o mesmo que nos outros gêneros (ficção e animação), se levarmos em conta a proporção de seus orçamentos.

O próximo quadro apresenta os diferentes tipos de benefícios pelo número de documentários *agréés* que receberam.

Tabela 13 – Número de documentários longas-metragens *agréés* que receberam financiamento (2000-2016)

	2000	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	2016
Aportes dos SOFICA	1	2	-	1	2	3	1	5	2	2	2	2	3	1	4	3	4
Avanço sobre receitas antes da realização	2	5	9	10	6	12	5	9	11	4	8	10	10	10	3	8	8
Avanço sobre receitas após a realização	5	5	7	4	2	3	1	5	4	6	7	5	5	5	2	3	8
Crédito de imposto	nd	nd	nd	nd	5	10	7	10	14	15	19	11	13	11	nd	nd	nd
Apoio automático	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	10	7	6	7	5	8	8	2
Financiamento das coletividades territoriais	nd	0	2	3	1	6	9	8	12	9	10	11	20	14	16	16	19
Canais de TV (coproduções + pré-aquisições)	nd	nd	nd	nd	5	10	7	10	15	10	9	9	9	6	4	16	10
Financiamentos estrangeiros	nd	3	5	6	3	10	2	5	7	8	8	8	8	7	9	15	10

Fonte: Le Marché du Documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Pode-se verificar que o *Adiantamento de receitas antes da realização* é o mecanismo que funciona de maneira mais contínua para os documentários, desde 2000. Este concede recursos a obras destinadas a uma primeira exibição obrigatória em salas de cinema, depois ela pode ser destinada às demais janelas. Foram 130 documentários apoiados e uma média de 7,6 por ano, chegando a 12 filmes em 2005. Nos dezessete anos analisados, 25,7% dos documentários *agréés* receberam apoio do *Adiantamento de receitas antes da realização*.

Outro mecanismo de apoio bastante usado pelos documentários conforme verificamos na tabela é o *Adiantamento de receitas depois da realização*, que, como o próprio nome indica, é um recurso que será disponibilizado após a feitura do filme. No período analisado, 77 documentários foram contemplados por esta categoria de apoio, o que resulta em uma média de 4,5 filmes por ano. Nos dezessete anos, 15,2% dos documentários *agréés* receberam apoio do *Adiantamento de receitas após a realização*. Esse é destinado a uma obra já finalizada que não tenha sido exibida. Para tanto, o filme deve justificar um déficit de financiamento para solicitar o recurso.

Outro mecanismo que foi recorrente nos dados é o *Apoio Automático*, registrado a partir de 2009, que beneficiou 53 filmes em 8 anos. Partindo deste recorte de 8 anos ele apoiou 17,5% dos documentários *agréés* nesse período.

Há ainda o *Financiamento das coletividades territoriais*, que são apoios oriundos dos municípios, departamentos e regiões da França e não do CNC. Eles beneficiaram 156 documentários, com um pico de 20 filmes somente em 2012. Entre 2001 e 2016 o financiamento das coletividades apoiou 30,8% dos documentários *agrées*.

Em relação aos canais de televisão há registros a partir de 2004, o que resultou em 120 filmes, sendo que em 2015 foram 15 filmes auxiliados. Com somente este período considerado, os canais de televisão investiram em 27,7% dos documentários *agrées*. Detalhes sobre o investimento da televisão serão apresentados mais adiante neste trabalho.

Em relação ao *financiamento estrangeiro*, podemos verificar que ele é constante e que resultou em 114 filmes, tendo investido, portanto, em 22,5% dos documentários *agrées* do período. Estes recursos são oriundos de vários países possibilitados pela coprodução que a França estabelece para a realização dos filmes.

Já o *Crédito de imposto*, que reduz os impostos para produtores que realizem despesas dentro da França, foi mapeado pelos relatórios a partir de 2004, tendo apoiado 115 documentários e investido em 22,7% das produções.

E, finalmente, através das *Sociedades de Financiamento da Indústria Cinematográfica e do Audiovisual (SOFICA)* os investimentos foram em menor número, mas permanentes, variando entre um ou dois filmes em média por ano, resultando em 38 filmes, 7,5% dos documentários *agrées* do período. Trata-se de investimentos realizados por empresas ou particulares que recebem abatimentos fiscais uma vez que invistam em um filme.

Nesta próxima tabela podemos verificar qual foi o aporte em milhões de euros de cada uma das fontes de financiamento, separando-se os investimentos franceses e estrangeiros.

Tabela 14 – Financiamento de documentários longas-metragens *agréés*
(em milhões de €)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Aportes franceses	30,0	18,3	34,7	74,4	26,1	18,2	25,8	29,3	51,0	19,1	22,9	19,9
Aporte dos produtores franceses	12,5	7,1	16,7	43,3	17,8	8,4	14,1	14,1	27,3	11,2	11,6	11,7
Aportes dos SOFICA	1,3	0,4	0,8	0,1	0,2	0,1	0,2	1,0	0,1	0,8	0,5	0,2
Apoio automático	1,3	2,5	0,4	1,2	1,2	0,4	0,2	0,8	0,2	0,3	1,0	0,1
Ajudas seletivas	2,1	1,0	1,9	2,9	1,6	2,5	2,4	2,1	2,3	1,1	2,3	2,3
Ajudas regionais	0,4	0,7	0,7	1,3	0,6	1,4	0,8	1,1	1,1	1,1	1,0	0,9
Canais de TV (coproduções + pré-aquisições)	5,9	3,6	4,7	11,2	3,1	3,8	4,8	4,4	7,5	1,8	4,7	2,2
Mandats ^a	6,6	3,1	9,5	14,4	1,7	1,6	3,3	5,6	12,5	2,6	1,8	2,4
Aportes estrangeiros	3,6	1,5	1,7	3,3	4,0	4,8	6,7	12,6	4,8	2,0	4,0	2,5
TOTAL	33,6	19,8	36,4	77,7	30,0	23,0	32,5	41,9	55,8	21,1	27,0	22,4

Fonte: Le Marché du Documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Tabela 15 – Financiamento de documentários longas-metragens *agréés* (em %)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Aportes franceses	89,3	92,3	95,3	95,8	86,8	79,2	79,4	69,9	91,5	90,4	85	89
Aporte dos produtores franceses	37,2	35,6	45,9	55,7	59,4	36,4	43,4	33,8	48,9	53,3	43,1	52,4
Aportes dos SOFICA	3,9	1,8	2,3	0,1	0,7	0,5	0,6	2,5	0,1	3,7	1,9	1,1
Apoio automático	3,7	12,8	1,1	1,6	3,9	1,6	0,7	1,8	0,4	1,6	3,8	0,5
Ajudas seletivas	6,2	4,8	5,1	3,7	5,2	11	7,5	5,1	4,2	5,4	8,6	10,3
Ajudas regionais	1,2	3,4	1,9	1,7	1,9	6	2,4	2,7	2	5,2	3,7	4,1
Canais de TV (coproduções + pré-aquisições)	17,4	18	12,8	14,4	10,3	16,6	14,7	10,6	13,4	8,6	17,4	9,8
Mandats ^a	19,7	15,9	26,2	18,5	5,6	7	10,3	13,4	22,5	12,5	6,6	10,7
Aportes estrangeiros	10,7	7,7	4,7	4,2	13,2	20,8	20,6	30,1	8,5	9,6	15	11
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Le Marché du Documentaire/CNC. Elaboração: autora.

No setor de aportes franceses, podemos ver na tabela a listagem dos mesmos com a indicação dos seus valores em milhões de euros.

Os investimentos totais franceses por ano são consideravelmente superiores em relação aos estrangeiros, representando mais de 70% anualmente. A partir de 2007, esse número aumenta para 87,4%, o que mostra que os orçamentos dos documentários *agréés* a partir de então são garantidos basicamente pelos aportes franceses. Vale notar que os aportes dos produtores são a principal fonte de financiamento dos documentários, com média de 46,5% no período de 2005 a 2016. Em seguida, destacam-se os *mandats*, adiantamentos feitos pelos distribuidores aos produtores, responsáveis por 15,5% do orçamento dos documentários, e os canais de TV, os quais, através das coproduções e pré-aquisições, respondem por 13,7% do financiamento das obras documentais no período.

No caso dos aportes internacionais, o ano que contou com mais investimentos foi 2012. Somados, eles representaram 30%, mas nos anos de análise a média desse aporte foi bem inferior: 12,2% do orçamento dos documentários.

a. Os *mandats* são basicamente um adiantamento feito pelo distribuidor ao produtor do filme, com base em estimativas da renda que aquele obterá com a exibição da obra em sala.

Na tabela seguinte podemos ver as nacionalidades mais frequentes dos documentários exibidos em sala de cinema na França entre 2000 e 2016. A produção francesa,¹⁸¹ seja ela 100% nacional ou coprodução majoritária ou minoritária, é a ampla maioria dos filmes exibidos. Entre os anos analisados, podemos averiguar um aumento no número de títulos lançados, passando de 20 em 2000 para 70 em 2016. Foram 782 lançamentos, com uma média de 46 por ano.

Tabela 16 – Nacionalidade dos documentários exibidos nas salas de cinema na França (2000-2016)

Filmes	2000	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	2016
Franceses	20	28	28	26	42	34	32	41	34	46	53	53	63	61	72	70	79
100% franceses	19	21	25	22	36	24	24	37	32	37	43	46	54	49	60	59	66
majoritariamente franceses	-	5	1	3	5	8	4	3	-	7	5	4	6	10	8	7	7
minoritariamente franceses	1	2	2	1	1	2	4	1	2	2	5	3	3	2	4	4	6
Norte-americanos	1	2	2	5	21	12	5	13	8	12	8	10	11	8	8	5	10
Europeus não-franceses	2	5	4	8	7	9	11	11	12	13	14	20	13	16	17	22	23
alemães	nd	nd	nd	nd	2	2	-	1	1	-	1	4	2	3	3	3	3
britânicos	nd	nd	nd	nd	-	1	3	4	3	5	4	4	2	4	2	5	7
espanhóis	nd	nd	nd	nd	2	1	-	1	1	1	1	4	3	1	2	3	2
suiços	nd	nd	nd	nd	2	4	nd	2	1	3	2	3	2	3	1	3	1
italianos	nd	nd	nd	nd	1	1	1	-	3	1	3	1	-	1	1	-	
Outros	3	-	1	3	7	2	4	1	4	1	2	6	4	2	3	7	6
canadenses	nd	nd	nd	nd	-	1	2	1	1	-	1	-	-	1	1	2	2
TOTAL	26	35	35	42	77	57	52	66	58	72	77	89	91	87	100	104	118

Fonte: Le Marché du Documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Os documentários norte-americanos são minoria em relação aos franceses, e seus lançamentos variam ao longo dos anos alcançando uma média de 8 filmes por ano, com o destaque de 2004, quando foram lançadas 21 produções. Vale destacar que os documentários norte-americanos que entram no mercado de salas francês são, em sua maioria, filmes de grande orçamento, que contam com distribuição das *majors*, com um número alto de cópias e um forte poder de divulgação. Portanto, mesmo que tenham menor número de lançamentos que os franceses, eles trazem consigo um conjunto de fatores atrelados, desde os pontos

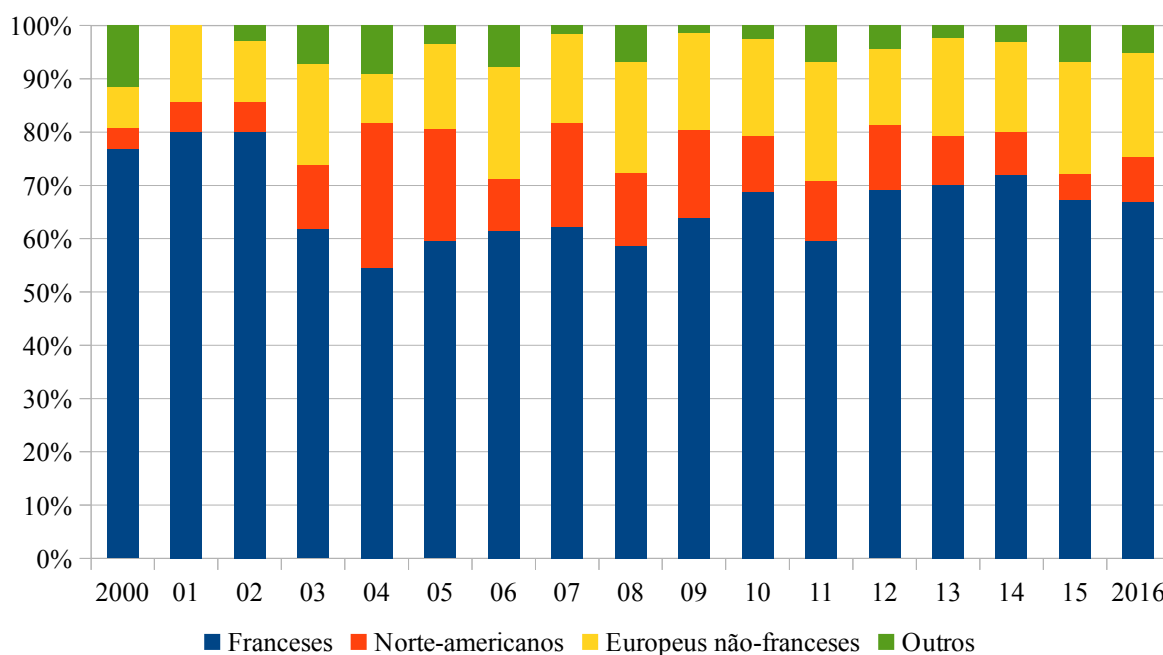
¹⁸¹ Neste caso, não se trata apenas dos filmes *agréés*, por isso há mais documentários franceses do que em algumas tabelas anteriores.

mencionados até a qualidade intrínseca dos próprios filmes, que os tornam detentores de boas bilheterias.

Os documentários europeus não-franceses passaram a ser separados por países (alemães, espanhóis, britânicos, suíços e italianos) a partir de 2004. Os britânicos normalmente são lançados em maior número do que os demais, embora a diferença seja pequena. No total, entre 2004 e 2016 foram lançados 44 filmes, tendo destaque para 2017 quando lançam 7. Em segundo lugar fica a Suíça com 27 lançamentos e, na sequência, a Alemanha com 25 filmes.

Se analisarmos o período de 2000 a 2016, os filmes franceses representaram 65,9% dos lançamentos; europeus não-franceses, 17,4%; norte-americanos, 11,8%; e outros, 4,7%, dentre os quais os canadenses, com 1%. A diferença entre eles pode ser mais bem visualizada no gráfico abaixo.

Gráfico 18 – Nacionalidade dos documentários lançados na França (2000-2016)



Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

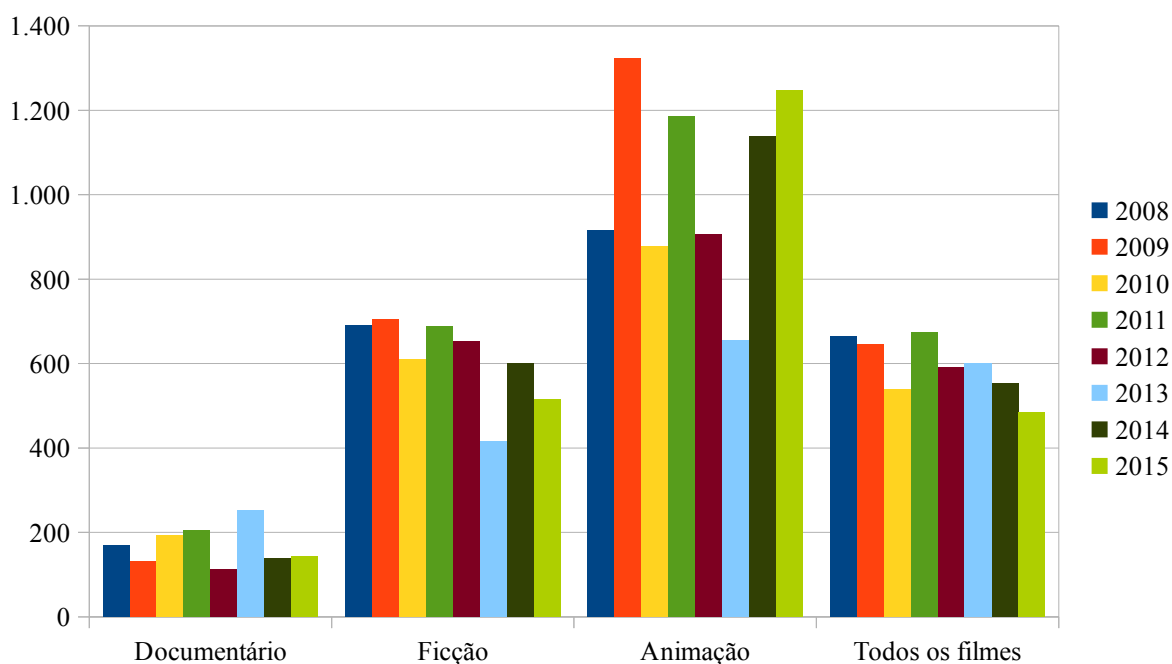
4.2.2 A distribuição dos documentários na França

O próximo gráfico mostra quanto, em média, cada gênero gastou em distribuição entre os anos de 2008 e 2015. Estes dados foram obtidos através de um estudo sobre os custos

de distribuição dos documentários classificados pelo CNC como filmes de iniciativa francesa,¹⁸² dentro do *Marché du Documentaire*.

As informações contidas neste estudo resultaram de uma pesquisa realizada anualmente junto às empresas que distribuem documentários em sala de cinema, e seus dados não abarcam todos os documentários. Além disso, o número de cópias foi igualado pelo CNC ao total de salas de cinema de lançamento. Um amplo conjunto de itens foi levado em consideração, como número de cópias, criação de anúncios, compra de espaço publicitário, entre outros, os quais serão detalhados no próximo item.

Gráfico 19 – Custos de distribuição médio (em milhares de €) por filme de iniciativa francesa (2008-2015)



Fonte: *Le marché du documentaire/CNC*. Elaboração: autora.

Ao analisarmos o gráfico podemos verificar que há uma diferença patente nos gastos médios em distribuição nas produções dos diferentes gêneros. O documentário ficou com média abaixo de 200 mil euros praticamente todos os anos, com exceção de 2013 (quando o gasto foi de 253,4 mil euros) e 2011 (205,1 mil euros). Já a ficção mantém-se basicamente acima de 600 mil euros. O único ano em que houve uma queda nos gastos foi

¹⁸² Filmes de iniciativa francesa são aqueles que foram aprovados pelo CNC (e que receberam uma autorização de produção) e cujo financiamento é majoritária ou integralmente francês; ou seja, eles podem ser coproduzidos com outros países mas a parte estrangeira precisa ser minoritária.

2013 (415,3 mil euros). Numa perspectiva de comparação, a ficção obteve recursos maiores, na maior parte dos casos na faixa de 600 mil, sendo o mais alto em 2009 (705,3 mil euros). No quadro da animação, o patamar fica ainda superior, acima de 800 mil euros em média por filme, alcançando picos em 2009 (1,3 milhão de euros) e 2015 (1,2 milhão de euros), sendo que os valores envolvidos na distribuição da animação chegam por vezes a ser cinco ou seis vezes mais altos que o documentário.

É interessante pontuar que 2013 foi um ano singular, em que os filmes de ficção e animação tiveram o seu menor gasto médio em distribuição (415,3 e 654,4 mil euros receptivamente), e o documentário, embora com um número ainda inferior, teve sua maior despesa por filme dos anos analisados, 253,4 mil euros.

A próxima tabela apresenta os gastos em distribuição apenas dos documentários de longa-metragem de iniciativa francesa¹⁸³ exibidos em sala entre os anos de 2004 e 2015. Estes resultam em total de 254, com uma tendência de crescimento e uma média de 21 documentários por ano.

Tabela 17 – Custo total e médio de distribuição de documentários (2004-2015)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Documentários												
Número de lançamentos	19	12	9	26	20	24	34	11	23	20	25	31
Número de cópias	1.459	601	898	1.046	611	751	1.536	580	485	1.158	919	865
Custo total de distribuição (em milhões de €)	5,3	2,5	4,0	5,7	3,4	3,1	6,6	2,3	2,6	5,1	3,5	4,4
Custo médio de distribuição por filme (em milhares de €)	278,5	211,2	441,1	217,5	168,5	130,9	193,3	205,1	112,8	253,4	138,4	143,4
Média de documentários												
Média de cópias por filme	77	50	100	40	31	31	45	53	21	58	37	28
Custo de distribuição por cópia (em €)	3.627	4.217	4.420	5.407	5.514	4.182	4.278	3.890	5.347	4.377	3.766	5.138

Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

¹⁸³ É importante sublinhar que os filmes de iniciativa francesa, conforme já foi mencionado, são aqueles que foram aprovados pelo CNC (e que receberam um *agrée*) e cujo financiamento é majoritariamente ou integralmente francês. Todos os documentários de iniciativa francesa são igualmente *agrée*, no entanto, nem todos os documentários *agrée* são de iniciativa francesa. Por essa razão o número de lançamentos de documentários *agrée*s no item 4.2.1.1 é diferente do apresentado aqui.

Em relação ao número médio de cópias por documentário, este tem diminuído de modo geral ao longo dos anos. Uma vez que o estudo equipara o número de cópias ao número de salas no lançamento, podemos afirmar que os documentários estão estreando (e sendo exibidos concomitantemente) em menos salas. Esse movimento pode decorrer tanto de uma opção de lançamento, caso em que os distribuidores optam por uma exposição menor e mais focada em poucas salas, ou então de uma dificuldade crescente de emplacar o documentário em um grande número de estabelecimentos.

Em 2006, por exemplo, foram lançados 9 documentários, que totalizaram 898 cópias, resultando numa média de 100 cópias por filme, a maior média registrada neste período. O que pode ter contribuído para este resultado é a estreia no cinema de documentários com maiores orçamentos, capazes de fazer mais cópias em seus lançamentos.

Essa relação de filmes com orçamentos maiores fica mais bem evidenciada no seguinte exemplo. Nos anos de 2010 e 2015 foi lançado um número próximo de documentários, 34 e 31 filmes respectivamente. No entanto, se analisamos o custo total de distribuição desses anos verificaremos que estes são bem diferentes, e isso influenciará no número total de cópias. Em 2015 foram gastos 4,4 milhões de euros, enquanto em 2010 o gasto foi 50% maior. Dessa maneira, o número total de cópias é diferente, 865 no primeiro caso, e 1.536 no segundo. Isso resulta em uma média de cópias de 45 filmes em 2010 e de 28 em 2015. Se avaliarmos os filmes que foram lançados, poderemos chegar a uma outra conclusão.

O ano de 2010 foi um ano atípico, visto que foi lançado o filme *Océans* (2010) de Jacques Perrin e Jacques Cluzaud. Este é o documentário francês mais assistido do período analisado, e contou com uma distribuição da Pathé com 542 cópias na França, segundos dados da Box Office. Isso quer dizer que um filme sozinho respondeu por mais de um terço das cópias desse ano, elevando a média de cópias para 45 por filme, a qual ficaria em cerca de 30 se ele não fosse levado em consideração. Portanto esses dados podem, em alguns casos, esconder uma realidade díspar quanto à diferença dos filmes no número de cópias.

Esta próxima tabela apresenta o detalhamento nas despesas em distribuição dos documentários de iniciativa francesa, mostrando a evolução destes gastos. Na última coluna estão incluídos todos os gêneros juntos e neste caso exclusivamente de 2015.

A distribuição engloba um conjunto de atividades, como a realização de cópias de um filme, a sua promoção através de compra de espaços de divulgação, a criação de peças

publicitárias, pré-exibições, assim como a negociação direta com as salas de cinema. Nesta tabela podemos verificar detalhadamente quanto cada uma representou percentualmente em média dos filmes.

Tabela 18 – Despesa de distribuição dos documentários de iniciativa francesa (2007-2015)

Lista de despesas	Documentário									Ficção, animação e docs
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2015
Despesas técnicas	29,1	32,5	38,5	30,6	32,7	24,4	20,8	19,7	17,2	23,3
Tiragem de cópias	20,4	23,0	24,8	21,1	25,4	12,6	5,6	4,4	5,0	3,8
Contribuições digitais	--	--	--	--	0,0	6,4	9,6	11,0	7,7	16,0
Anúncios	5,0	5,1	7,5	5,3	4,6	3,2	3,4	1,5	2,4	1,7
Transporte de cópias	1,7	2,2	2,4	1,4	1,6	1,6	1,1	2,0	1,4	1,1
Armazenamento de cópias	0,6	0,8	1,0	1,1	0,6	0,2	0,3	0,6	0,5	0,2
Legendagem	1,4	1,3	2,3	1,0	0,4	0,2	0,0	0,0	0,2	0,1
Dublagem	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,8	0,0	0,0	0,2
Demais despesas de edição	0,0	0,0	0,5	0,7	0,1	0,3	0,0	0,1	0,0	0,0
Compra de espaços publicitários	37,3	35,5	26,2	34,1	36,9	30,7	48,4	40,5	43,1	50,4
Cartazes e outdoors	22,8	13,8	8,7	15,4	23,5	11,3	25,0	14,2	13,8	22,6
Cinema	5,4	3,7	3,5	7,0	2,4	3,9	11,0	7,8	6,9	11,2
Internet	1,3	4,8	2,5	2,4	1,4	3,6	4,8	4,0	6,7	7,3
Imprensa	7,1	12,1	9,0	8,4	7,3	10,0	6,2	11,5	12,7	6,0
Rádio	0,5	0,9	1,2	0,5	1,3	1,0	0,8	0,7	0,8	1,1
Televisão	0,2	0,2	1,3	0,1	0,4	0,0	0,2	0,6	1,1	0,6
Demais compras de espaços	--	--	0,0	0,3	0,5	0,9	0,3	1,8	1,1	1,6
Material publicitário	9,4	10,2	11,0	11,9	12,6	15,0	9,4	14,0	11,5	10,1
Criação de anúncios	3,9	3,9	2,7	3,9	2,9	4,2	1,8	3,8	3,2	2,2
Despesas técnicas de anúncios (impressão)	4,0	5,2	4,0	2,4	4,9	3,9	1,4	3,7	3,6	2,5
Criação de trailer	--	--	0,0	0,3	2,0	3,1	1,3	1,9	1,8	1,1
Criação de site	0,6	0,6	1,8	1,5	0,1	1,2	1,7	1,0	0,9	0,6
Fotos de divulgação	0,2	0,3	0,2	0,1	0,6	0,0	0,2	0,0	0,0	0,1
Demais materiais	0,7	0,2	2,3	3,7	2,6	2,6	2,9	3,5	2,0	3,6
Despesas diversas de divulgação	24,2	21,7	24,5	23,6	17,8	29,9	21,5	25,8	28,2	16,2
Eventos	5,1	4,9	3,3	3,1	2,7	2,0	1,2	1,7	5,9	2,5
Documentos	0,9	1,2	1,0	2,3	0,3	1,0	0,3	0,9	0,6	0,5
Assessor de imprensa	3,5	5,0	8,2	6,0	4,8	11,2	8,0	11,0	5,2	3,3
Impressão de press-kits	2,6	2,1	1,9	1,1	1,0	1,6	1,6	0,9	1,9	0,7
Convites para première	0,6	1,0	2,0	2,6	2,8	1,3	2,1	0,5	0,9	0,9
Convites para imprensa	0,4	0,7	0,6	0,3	0,2	0,7	1,8	0,7	1,2	0,6
Aluguel de salas de exibição	2,0	1,7	2,5	1,1	1,3	2,2	1,9	2,8	2,4	1,2
Fotos de imprensa	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0
Despesas em viagens	--	--	0,0	0,4	1,2	5,0	2,6	4,1	5,5	3,8
Demais	9,0	5,0	4,9	6,5	3,4	4,8	1,9	3,1	4,5	2,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

O primeiro item descrito é *Despesas técnicas* que envolve os itens relacionados às cópias do filme, desde sua tiragem, seu transporte, até legendagem e dublagem. No que diz respeito à tiragem de cópias, a diminuição do valor foi bastante brusca, passando de 20,4% para 5% em nove anos. Isso foi resultado da digitalização do mercado que substituiu as cópias em película por digitais. O subitem *contribuição digital*¹⁸⁴ passou a ser computado apenas em 2012, e em 2015 já representava o terceiro lugar nas despesas em distribuição do documentário. Ele é diretamente relacionado ao processo de digitalização das salas na França. Uma regulação que entrou em vigor em 2010¹⁸⁵ passou a obrigar os distribuidores a contribuir com o financiamento da digitalização das salas de cinema no país. Desta maneira, passaram a ser obrigados a contribuir, a cada vez que lançassem um filme em uma sala de cinema, com um valor proporcional ao número de cópias durante as duas primeiras semanas de exibição.

O item *Espaço publicitário* é o tópico que recebe mais recursos e envolve todos os veículos onde podem ser comprados espaços publicitários, TV, rádio e imprensa. O subtópico *cartazes e outdoors* ficou em primeiro lugar em despesas de distribuição do documentário no ano de 2015, 13,8%, contra 22,6% de todos os gêneros juntos. Isso denota que este subitem, embora tenha sido o de maior peso no caso do documentário em 2015, é ainda mais importante para a ficção e animação, que nele investem quase o dobro. A subdivisão *imprensa* foi o segundo maior gasto em distribuição do documentário em 2015. Diz respeito à compra de espaço em jornais, revistas e mídias impressas em geral. Conforme podemos verificar nos dados, este item representou para o documentário um gasto proporcional duas vezes maior do que aquele de todos os gêneros juntos. Este segue sendo um meio bastante utilizado pelo documentário para se difundir no mercado francês e este percentual foi o mais alto desde 2007.

Fica evidente nestes dados que em função das dificuldades ligadas à economia do gênero, os distribuidores seguem mantendo a utilização da divulgação via imprensa como um dos mecanismos mais utilizados. É um meio já conhecido e considerado por alguns profissionais da área como o mais seguro no acesso ao público-alvo de um filme. Neste caso, os profissionais buscam, por exemplo, revistas ou jornais que tenham temáticas relacionadas ao filme, ou assinantes que sejam potenciais espectadores do tema tratado. No caso da ficção e da animação este meio é proporcionalmente menos utilizado do que cartazes e *outdoors*, por

184 Em francês chamada de Contributions numériques ou VPF (*Virtual Print Fee*).

185 Lei n° 2010-1149 de 30 setembro 2010 relativa a equipamentos digitais das salas de cinema.

exemplo, cujo gasto é o mais alto destinado a um item de distribuição em 2015. Uma hipótese para um maior gasto neste setor é o fato de que um anúncio via cartaz ou outdoor busca atingir o número mais amplo de potenciais espectadores, conveniente para filmes que buscam um público maior e que, portanto, tentam ampliar este número ao máximo.

O gasto nas mídias rádio, TV e cinema se mantém estável ao longo dos anos, sem sofrer grandes variações, já aquele com a *Internet* aumentou nos últimos anos, algo que comprova a força que esse veículo tem na divulgação dos filmes, visto que envolve compra de publicidade em qualquer mídia digital. Os gastos neste item passaram de 1,3% para 6,7% no período analisado.

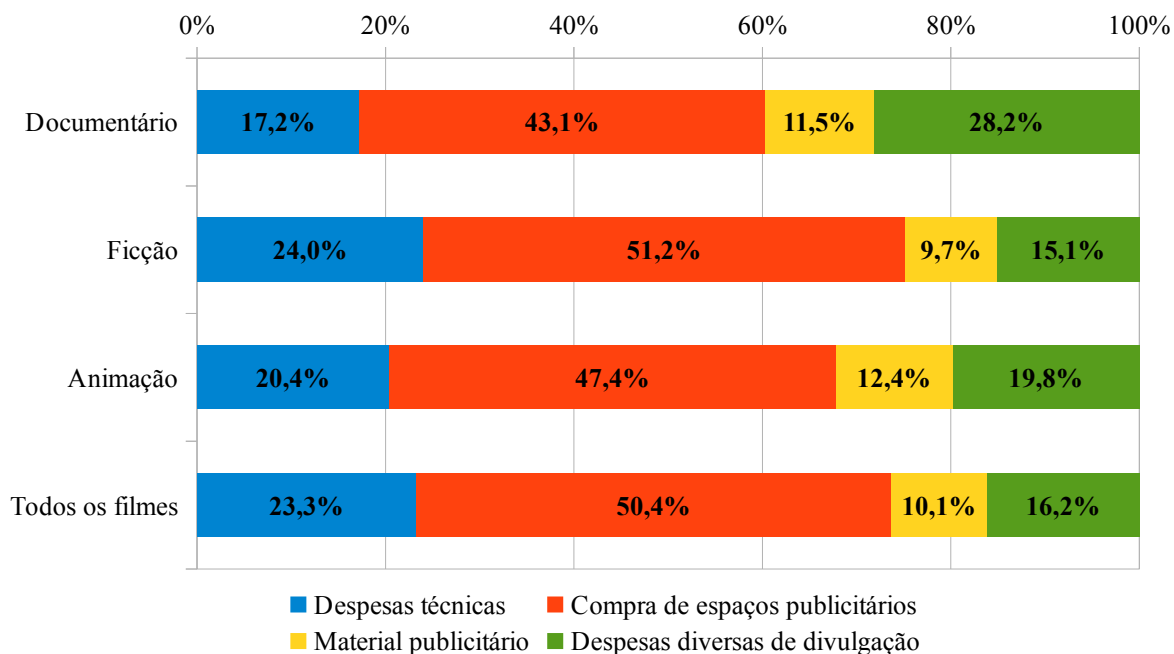
Já o item *Material Publicitário* envolve gastos em peças publicitárias como trailer, site, e é frequente nos gastos de distribuição do documentário, embora em relação aos demais itens seja aquele em que menos se investiu. Dentro deste item, a criação de anúncios e despesas técnicas de anúncio são os elementos mais custosos. *Despesas diversas de divulgação/promoção* fazem parte dos recursos utilizados pelos distribuidores para lançar o filme conjuntamente com o material de publicidade mais clássico. Envolve a parte do lançamento onde são previstos aluguel de salas, convites para sessões *première* para públicos selecionados, cujo objetivo é gerar uma repercussão e um 'boca a boca'¹⁸⁶ positivo. Dentro deste conjunto há também o assessor de imprensa, figura importante tanto para os filmes com lançamentos menores quanto para os grandes, mas com quem o documentário teve maior gasto proporcional do que o conjunto de filmes.

No próximo gráfico, retirado de um estudo realizado sobre distribuição dos filmes franceses (Os custos de distribuição dos filmes franceses em 2015¹⁸⁷), é possível visualizar a aplicação de todos os recursos utilizados por cada um dos itens de distribuição nos diferentes gêneros (documentário, ficção, animação e os três juntos).

186 A expressão é utilizada para demais setores, mas no caso do cinema, dizer que um filme fez um “boca a boca” positivo significa dizer que o filme chamou a atenção e foi comentado, discutido, tendo virado assunto entre aqueles que o assistiram, e que portanto chamará mais a atenção e atrairá mais espectadores para as salas. A essência do boca a boca é o compartilhamento de uma informação entre pessoas, através de uma experiência positiva. É uma divulgação espontânea de alto valor para o filme, pois vem de uma fonte confiável e mais próxima do que a publicidade comum. O 'bouche à l'oreille' é encarado como fator econômico pelos distribuidores, que tentam ampliá-lo através de campanhas de marketing direcionada a este objetivo.

187 Custo de distribuição dos filmes franceses em 2015 p. 21. Disponível em: <<http://www.cnc.fr/web/fr/publications/-/ressources/11588987>>. Acesso em: jun/18.

Gráfico 20 – Estrutura dos custos de distribuição dos filmes de iniciativa francesa segundo o gênero em 2015 (em %)



Fonte: Custos de distribuição dos filmes franceses em 2015/CNC. Elaboração: autora.

Aqui se pode ver claramente que o tópico no qual todos os filmes mais utilizaram recursos foi *compra de espaços publicitários*, onde se encaixam itens como cartazes, outdoor e imprensa. No entanto, o tópico *despesas diversas em divulgação* foi o que o documentário utilizou mais proporcionalmente, se comparado com os demais gêneros. Este envolve eventos como *premières* para os filmes, e que mostra ser um elemento mais relevante na divulgação dos documentários.

Na próxima tabela poderemos observar os documentários longas-metragens que reuniram o maior número de espectadores na França por distribuidora.

Tabela 19 – Documentários nacionais e internacionais de maior público na França (2005-2016)

Título	Distribuidor	País	Lançamento	Público
Océans	Pathé	FR	jan. 2010	2.881.350
La Marche de l'Empereur	BVI	FR	jan. 2005	1.906.177
Michael Jackson's this is it	Sony	US	out. 2009	1.548.130
Un jour sur terre	Gaumont	GB	out. 2007	1.488.677
Sur le chemin de l'école	Walt Disney	FR	set. 2013	1.434.317
Demain	Mars Films	FR	dez. 2015	1.137.845
Les Saisons	Pathé	FR	jan. 2016	1.025.748
Une vérité qui dérange	Paramount	US	out. 2006	780.878
Félins	Walt Disney	US	fev. 2012	765.944
La Planète blanche	Bac Films	FR	mar. 2006	587.222
Taxi Téhéran	Memento Films	IR	abr. 2015	576.196
Merci patron !	Jour 2 Fête	FR	fev. 2016	518.203
Chimpanzés	Walt Disney	US	fev. 2013	459.952
Le Cauchemar de Darwin	Ad Vitam	FR	mar. 2005	427.853
Grizzly	Walt Disney	GB	nov. 2014	393.892
Il était une forêt	Walt Disney	FR	nov. 2013	376.353
Pina	Les films du losange	FR	abr. 2011	357.421
Les Rêves dansants sur les pas de Pina Bausch	Jour 2 Fête	AL	out. 2010	349.747
Le Premier cri	Walt Disney	FR	out. 2007	339.636
La Famille suricate	Wild Bunch	GB	out. 2008	338.988

Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Primeiramente é importante pontuar que os dois documentários mais assistidos na França são majoritariamente franceses, são eles *Océans* (2010) dirigido por Jacques Cluzaud e Jacques Perrin, uma coprodução entre França, Suíça e Espanha e distribuído pela Pathé, e *La marche de l'empereur* (2005), com direção de Luc Jacquet, que contou com a distribuição da Buena Vista International (BVI). Do conjunto dos vinte documentários mais assistidos, 11 são franceses.

O conjunto desses filmes foge à regra do cenário dos documentários exibidos em sala de cinema na França, uma vez que reúnem uma amostra pequena que representa os maiores públicos. A grande maioria dos documentários não alcança públicos superiores a 20 mil espectadores, e são distribuídos por distribuidoras médias ou pequenas. Os documentários da tabela acima são, em sua maioria, distribuídos por grandes empresas francesas ou pelas

majors norte-americanas. Contam, na maior parte dos casos, com orçamentos e número de cópias altos. Um exemplo são os dois filmes do topo, *Océans* e *La marche de l'empereur*, ambos com orçamentos bem acima da média dos documentários franceses,¹⁸⁸ sendo que o primeiro alcançou um público de mais de 2,8 milhões e o segundo 1,9 milhão de espectadores. Em terceiro lugar fica o documentário norte-americano *Michael Jackson's this is it*, com 1,5 milhão de espectadores, que contou com um lançamento mundial, tendo sido sucesso na França, assim como o Brasil.

Como acontece normalmente, os filmes mais assistidos acabam sendo distribuídos por empresas mais consolidadas, sendo elas nacionais ou internacionais, que trazem uma maior experiência e recursos para atuar no mercado, o que ocorre tanto com os documentários quanto com as ficções. Em muitos casos são as *majors* que realizam este trabalho, que dentro desses 20 filmes foi responsável pelo lançamento de 9 deles: Disney (6 filmes), Sony (1 filme), Buena Vista International (1 filme)¹⁸⁹ e Paramount (1 filme). Já as empresas francesas de grande porte como a Gaumont e a Pathé também ficaram responsáveis pela distribuição de 3 filmes deste conjunto, sendo a primeira responsável pelo filme mais assistido.

Os demais documentários ficaram divididos entre distribuidoras francesas que estão há bastante tempo no mercado e que exercem um papel importante na distribuição de documentários e filmes independentes: Mars Films, Bac Films, Memento Film Distribution, Jour 2 Fete, Ad Vitam e Les films du losange, e a companhia franco-alemã Wild Bunch.

É interessante observar que os documentários mais assistidos no cinema na França são produções que trazem a temática da natureza. Dentre as 20 maiores bilheterias dos documentários, 13 são sobre natureza, sendo 7 francesas. Temas como a mudança climática, ecologia, mundo animal estão entre a maioria. Em alguns casos, são filmes que podem funcionar para o público adulto assim como para o infantil. Boa parte dessas produções conta com a possibilidade da tecnologia 3D e um aporte de materiais tecnológicos modernos, que resulta em imagens captadas em alta resolução, causando um impacto visual em quem assiste. Costumam ser produções que contam com orçamentos maiores muito em função desses custos. São produções que encontram facilmente seu espaço em canais televisivos focados em natureza, meio ambiente e esporte.

188 *Océans* teve orçamento de 49,6 milhões de euros e 542 cópias, e *La marche de l'empereur* custou 2,3 milhões de euros e contou com 408 cópias. Dados obtidos da plataforma BoxOffice no site: <www.cbo-boxoffice.com>. Acesso em: jun/2017.

189 Buena Vista International Distribution era o nome dado à subsidiária da Walt Disney Company que distribuía os filmes produzidos pela empresa internacionalmente. Hoje essa função voltou às mãos da Walt Disney Company.

Outro aspecto que também contribuiu para que esses filmes atraíssem mais público foi o fato de serem produções que receberam prêmios. Deste conjunto, três receberam o Oscar de melhor documentário, sendo um francês, um americano e uma coprodução francesa, alemã e inglesa: *La marche de l'empereur* (2005); *Une Vérité qui dérange* (2006) e *Pina* (2011), respectivamente.

Na próxima tabela poderemos avaliar as 10 maiores distribuidoras de documentários em *market share*¹⁹⁰ e seu número de obras distribuídas no mercado francês. Esse conjunto de documentários que foram exibidos em sala de cinema são tanto franceses quanto estrangeiros e o foco desta análise é mostrar a concentração da renda em poucas empresas, uma característica presente igualmente no mercado brasileiro.

Tabela 20 – Os 10 maiores distribuidores de documentários (2007-2016)^a

Posição	Distribuidores	Market share (%)	Documentários exibidos
1º	Pathé Distribution	14,2%	11
2º	The Walt Disney Company	10,7%	9
3º	Sony Pictures Releasing	6,6%	4
4º	Mars Films	4,9%	7
5º	Gaumont	4,1%	1
6º	Jour 2 Fête	3,8%	21
7º	Les Films du Losange	3,6%	15
8º	Sophie Dulac Distribution	3,3%	22
9º	Le Pacte	3,3%	9
10º	Memento Films Distribution	2,8%	5

Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Segundo os dados que apresentamos anteriormente, o conjunto de filmes documentários (franceses e estrangeiros) lançados no circuito comercial francês no período (2007-2016) totalizou 862 filmes. As dez maiores distribuidoras de documentários no mercado francês ficaram responsáveis pelo lançamento de apenas 12% dos documentários, no entanto obtiveram um *market share* de 57,3%. Se considerarmos exclusivamente as 5 maiores distribuidoras os números são ainda mais surpreendentes: juntas, elas reúnem 40% da renda obtida em todo o período, com um conjunto de apenas 32 filmes.

¹⁹⁰ *Market share* neste caso é a parcela de renda que a distribuidora teve de toda a renda obtida pelo conjunto de distribuidoras proveniente de ingressos vendidos no período de 2007-2016.

a. Em termos de renda obtida pelos distribuidores.

O primeiro exemplo é a *Pathé Distribution*, que ficou em primeiro lugar muito em função do lançamento de *Océans*, com um público de 2,8 milhões de espectadores, que representou sozinho 65% das receitas da empresa com documentários no período:

A *Walt Disney Company*, que ficou em segundo lugar em *market share*, deve essa colocação aos filmes: *Sur le chemin de l'école* (2013), de Pascal Plisson, que obteve 1,4 milhão de espectadores; *Félins* (2012), de Alastair Fothergill e Keith Scholey, com 765 mil espectadores; *Grizzlis* (2014), da mesma dupla de diretores, com 393 mil espectadores; e *Chimpanzés* (2013), de Alastair Fothergill e Mark Linfield, com 459 mil espectadores.

Em terceiro lugar ficou a Sony Pictures devido ao grande sucesso *Michael Jackson's this is it* (2009), de Kenny Ortega, que obteve 1,5 milhão de espectadores.

A empresa francesa Mars Films, quarto lugar, realizou a distribuição dos filmes *Demain* (2015) de Mélanie Laurent e Cyril Dion com 1,1 milhão de espectadores e *Syndrome du Titanic* (2009), de Nicolas Hulot e Jean-Albert Lièvre, com 261 mil espectadores.

Existe um conjunto de empresas que distribuíram a maior parte dos documentários, mas que estão fora deste recorte. Podemos citar o exemplo da Shellac, que é uma produtora e a distribuidora que mais distribuiu documentários no período, 31 filmes. Já a distribuidora francesa Sophie Dulac, no mercado desde 2003, focada em filmes de autor e primeiros filmes, lançou 22 documentários no período estudado. O outro exemplo que podemos citar é a Jour 2 Fête, empresa francesa focada no cinema independente, que também foi uma importante empresa para os lançamentos dos documentários (21 filmes lançados) no período analisado.

4.2.3 A exibição do documentário

De acordo com o CNC, entre 2007 e 2016, o documentário representou 1,4% das entradas de cinema vendidas na França, se analisarmos todos os gêneros. Como tradicionalmente, portanto, o desempenho dos filmes documentais não chega perto dos outros tipos de filmes em termos de bilheteria – mas não faria sentido opor esses números, dada a diferença de natureza das produções. O que se quer enfatizar aqui é que o número relativamente pequeno de ingressos vendidos pelos documentários não serve de argumento para reduzir o investimento nesse tipo de produção, algo que um olhar puramente econômico poderia alegar.

Na tabela abaixo podemos verificar o público total dos documentários longas-metragens exibidos em sala de cinema na França segundo dados do CNC.¹⁹¹

**Tabela 21 – Público total dos documentários no cinema
(2007-2016, em milhares de espectadores)**

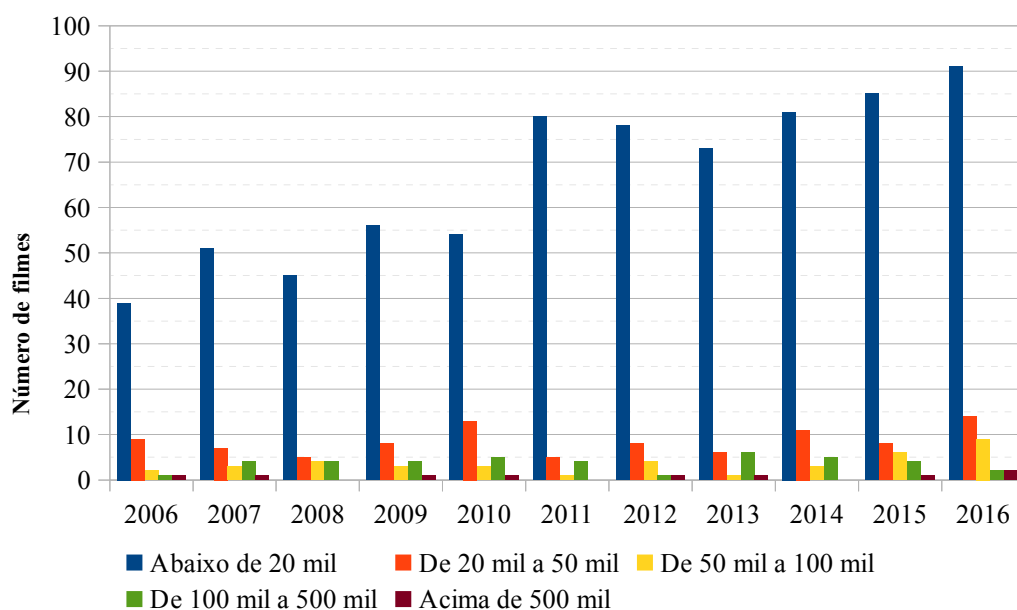
Ano	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Público (em milhares)	2.980	1.704	3.007	4.748	1.325	1.779	3.124	2.033	2.233	3.263

Fonte: Le Marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Podemos verificar que o ano de maior bilheteria foi 2010, com praticamente 4,8 milhões de ingressos vendidos, número que foi ampliado em consequência do filme *Océans* (2010), que, sozinho alcançou quase 3 milhões de espectadores. É interessante, ainda, notar que todos os anos em que houve uma bilheteria de documentários próxima ou superior a 3 milhões, existiu um título que ultrapassou a marca de 1 milhão: *Un jour sur terre* (2007), *Michael Jackson's This is it* (2009), *Sur le chemin de l'école* (2013) e *Les Saisons* (2016). Além dessas produções, apenas mais uma (*Demain* - 2015) bateu essa marca de espectadores.

De qualquer modo, esse conjunto representa uma exceção, pois a grande maioria dos documentários exibidos em cinemas na França fica abaixo de 100 mil espectadores. Dados de 2000 a 2005 mostram que mais de 88% dos documentários ficaram aquém dessa faixa de público. No entanto, não basta simplesmente verificar que a maior parte dos documentários não alcança público superior a 100 mil, é importante subdividi-los em categorias menores a fim de precisar melhor a realidade de que estamos tratando. Porém, nos dados do CNC, esta separação acontece unicamente a partir de 2006. Portanto, nossa análise, baseada no gráfico abaixo, parte dessa data.

¹⁹¹ São resultados das declarações de receita enviadas pelos exibidores ao CNC.

Gráfico 21 – Público dos documentários lançados no cinema na França (2006-2016)

Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Podemos observar que a faixa de público até 20 mil espectadores é a extensa maioria, e manteve-se proporcional ao longo dos anos, sendo que essa faixa representou 75% dos lançamentos em 2006 e 77% dez anos depois. Já os filmes que alcançaram entre 20 e 50 mil espectadores representaram menos de 10% dos lançamentos, com exceção de 2010 (17%, com 13 filmes), 2016 (com 12%, 14 filmes) e 2014 (com 11%, 11 filmes). Documentários com público entre 50 mil e 100 mil não passaram de 4 títulos anuais, com exceção de 2015 e 2016, com 6 e 9 filmes respectivamente. Já produções documentais acima de 500 mil espectadores são raríssimas, nunca passando de 3 anuais.

Através destes números apresentados no gráfico pode-se concluir que o número de documentários lançados em sala de cinema manteve-se estável em uma faixa de público que vai até 20 mil espectadores. As demais faixas são variáveis e representam exceções. Contudo, a mesma curva acentuada que se vê no caso brasileiro aparece na França: uma grande maioria de produções com bilheteria relativamente baixas, e cada vez menos títulos conforme se aumenta a faixa de público. Isso auxilia a mostrar que o caso brasileiro não é único, e que mesmo a França, um ambiente mais propício para o desenvolvimento desse tipo de produção (com uma política de auxílios de muitas décadas e vultosos recursos destinados, para citar apenas alguns fatores), também apresenta o mesmo cenário: uma profusão de produções de público relativamente baixo, e poucas que podem ser consideradas “sucessos de bilheteria”. Além disso, mesmo que haja estímulos para melhorar o desempenho dos filmes

em salas de cinema, não há uma desvalorização qualitativa destas obras por não terem vendido determinado número de ingressos. Pelo contrário, há mesmo políticas¹⁹² que buscam trazer de volta às salas filmes cujo público foi considerado inferior ao que eles poderiam ou deveriam ter. Há, pode-se dizer, uma mentalidade que valoriza a pluralidade dos pontos de vista que podem trazer os documentários, e que põe essa riqueza cultural acima de um mero índice econômico como o desempenho no cinema, embora não deixe de estimular este também.

O próximo quadro apresenta um dado mais detalhado sobre o perfil dos consumidores dos documentários franceses e estrangeiros exibidos na França. Este dado é mais completo sobre o universo do público interessado no gênero. Este estudo busca medir a composição semanal da audiência do cinema em geral.

Os números e resultados deste estudo devem ser analisados com atenção pelo fato de considerarem apenas documentários com mais de 50 cópias, e, portanto, desconsiderarem um conjunto muito grande do gênero (91,9% da produção dos dez anos analisados).

192 É um dos casos de classificação de uma obra como *Art et Essai*.

Tabela 22 – Consumidores de documentários franceses e estrangeiros lançados na França (2005-2014)

Público	Filmes franceses	Filmes estrangeiros	Todos^c
Número de filmes	38	23	61
Gênero			
Homens	48,7	48,6	48,7
Mulheres	51,3	51,4	51,3
Idade			
Crianças (3-14 anos)	11,8	18,3	14,5
Jovens (15-24 anos)	14	20,3	16,5
Adultos (25-49 anos)	34	36	34,8
Sêniores (acima de 50 anos)	40,1	25,4	34,2
Profissão^a			
CSP+	30,2	25,6	28,3
CSP-	19,6	20,9	20,1
Inativos	50,2	53,5	51,5
Local de habitação			
Região parisiense	30,7	29,6	30,3
Outras regiões	69,3	70,4	69,7
Hábitos de frequência do cinema^b			
Assíduos	26,5	25,5	26,1
Habituais	49,6	46,9	48,5
Ocasionais	23,9	27,6	25,4

Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Segundo o estudo, 750 documentários foram lançados em sala entre os anos de 2005 e 2014. Desse conjunto, apenas 61 (8,1%) compuseram o grupo de filmes em que os públicos puderam ser analisados.

De acordo com os dados, entre 2005 e 2014, o público do documentário foi composto por 69% de adultos (sendo 34,8% entre 25 e 49 anos e 34,2% de 50 anos ou mais). Jovens com menos de 25 anos representaram 31,0%, o que traduz um desafio para o gênero, pois esta faixa etária é mais assídua em outros gêneros e deve, portanto, ser trabalhada para

a. CSP+ e CSP-: Categorias socioprofissionais para os trabalhadores. A superior agrupa aqueles que possuem diploma ou especialização em sua profissão; a inferior, aqueles que não os têm. Inativos: estudantes de 1º e 2º grau, aposentados e pessoas sem atividade profissional.

b. O CNC define como assíduos os espectadores que vão ao cinema pelo menos uma vez por semana; habituais, os que vão ao cinema pelo menos uma vez por mês; e ocasionais, os que vão ao cinema pelo menos uma vez por ano.

c. Base: documentários lançados no cinema com mais de 50 cópias: 1 filme em 2005, 5 filmes em 2006, 7 filmes em 2007, 9 filmes em 2008, 7 filmes em 2009, 9 filmes em 2010, 4 filmes em 2011, 2 filmes em 2012, 7 filmes em 2013 e 10 filmes em 2014.

ser mais numerosa nas salas que exibem documentários, uma vez que continuará indo ao cinema por muitos anos ainda.

O espectador mais frequente do documentário é aquele considerado habitual (vai ao cinema pelo menos uma vez por mês, mas não chega a ir uma vez por semana), que representa quase 50% dos espectadores dos documentários franceses. O número também é próximo quando relacionado aos documentários estrangeiros. Em segundo lugar fica a categoria de público assíduo, que representa 26,5%, pouco acima dos 23,9% dos ocasionais para documentários franceses. Se analisarmos essa classificação para documentários estrangeiros, estes números também não mudam muito.

O público do documentário é equilibrado entre homens e mulheres, sendo que o seu consumo é de 30% na região Parisiense e de 69,3% nas demais regiões. Se observarmos os dados populacionais da França, veremos que o público é mais concentrado na região de Paris. Dados de 2015 do Instituto Nacional da Estatística e dos Estudos Econômicos (Insee, na sigla em francês) mostram que, da população de 66,4 milhões do país, 7 milhões (10,5%) se concentravam na metrópole da grande Paris. Não é uma diferença desprezível que esse aglomerado populacional com 10,5% dos franceses abrigue 30% dos frequentadores de cinema.

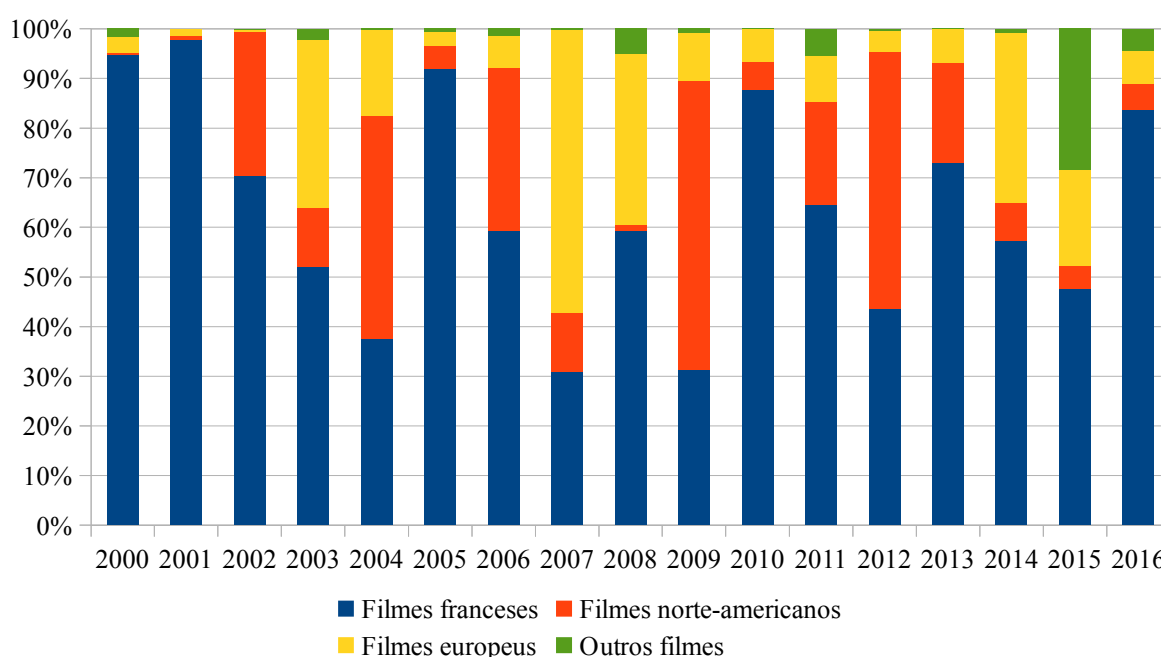
Se verificarmos a idade do público poderemos averiguar que 74% dos espectadores que assistem documentários franceses são pessoas com mais de 25 anos, sendo a maior parte acima de 50 anos. É curioso comparar a idade do público do documentário estrangeiro, que consegue ter uma melhor aceitação por parte do público jovem (20,3%, contra 14% do documentário francês. O mesmo vale para o público infantil, que neste caso fica em 18,3%, contra 11,8% do documentário francês. Este fato pode ser interpretado pelas temáticas que trazem o universo da música pop aos filmes, o que contribui para atrair o público jovem, e filmes sobre natureza e animais, que atrai o público infantil.

Por último, se analisarmos o nível de formação do público do documentário, podemos constatar que a maior parte dele, mais de 50%, é formada por inativos tanto no caso francês como no estrangeiro, categoria formada por estudantes, aposentados e pessoas sem atividade profissional. Saber com esse nível de detalhamento o gênero, a faixa etária, a categoria socioeconômica e os hábitos de frequência do público cinematográfico permite, tanto aos agentes da indústria cinematográfica (produtores, distribuidores e exibidores) quanto

ao Estado de readequar suas ações para maximizar o alcance desses grupos, bem como para incluir os demais.

Podemos examinar no gráfico abaixo o público dos documentários longas-metragens que foram lançados nas salas de cinema na França segundo a sua nacionalidade.

Gráfico 22 – Público dos documentários segundo sua nacionalidade (2000-2016)



Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Podemos observar que o documentário francês ocupa relativamente bem o seu mercado de salas, tendo abarcado nos 17 anos analisados uma média de 61,4% do público total dos documentários de todas as nacionalidades.

Em alguns anos esse índice se reduziu bastante devido ao lançamento de um filme que foi sucesso de público, e não necessariamente a um aumento no número de lançamentos como um todo. Isso é perceptível, por exemplo, em 2007, quando percebemos um aumento na porcentagem de público dos documentários europeus não franceses, que, somados, obtiveram um público de 1,7 milhão de espectadores. Isso é em parte responsabilidade do filme inglês e alemão “*Un jour sur terre*” (2007), dos diretores Mark Linfield e Alastair Fothergill, que obteve um público de 1,5 milhão de espectadores, o que representou mais de 50% de todas as entradas de documentário daquele ano.

Já os anos de 2004, 2009 e 2012 foram aqueles em que o documentário norte-americano mais se destacou. Em 2004, isso se deu pelo lançamento de *Fahrenheit 9/11*, de Michael Moore, que obteve público superior a 2 milhões de espectadores na França; em 2009, parte do aumento no público foi resultado do filme *Michael Jackson's This is it*, com 1,5 milhão de espectadores (mais da metade do público de documentários no ano); e em 2012, pelo lançamento de *Félins*, com 765 mil espectadores.

Com exceção desses quatro anos mencionados, em todos os demais o documentário francês ultrapassou o público dos documentários dos outros países combinados.

A próxima tabela apresenta a porcentagem de público anual alcançado pelo documentário longas-metragens ao longo de 17 semanas. Na última coluna há a média alcançada por semana de todos os filmes (documentário, ficção e animação). Esta análise é importante pois mostra como o documentário se comporta ao longo de sua exposição na sala de cinema.

Tabela 23 – Número de entradas de documentários ao longo das semanas de exibição (% do total de entradas, 2007-2016)

Ano / Semana	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Média dos documentários 2007-2016	Média todos os filmes 2007-2016
S0	1,3	4,5	1,2	2,2	2,3	1,7	1,7	2,5	2,4	3,7	2,3%	1,4%
S1	25,0	25,5	42,8	24,6	24,9	22,4	23,7	30,6	19,2	26,8	26,5%	37,2%
S2	42,3	40,3	65,1	41,3	38,8	37,7	36,7	45,1	30,6	41,9	42,1%	59,6%
S3	55,7	50,3	76,3	53,7	47,5	48,8	45,7	53,8	39,6	53,1	52,8%	73,6%
S4	65,0	55,9	82,1	63,9	54,6	57,3	52,6	60,8	46,2	61,4	60,5%	82,5%
S5	71,6	59,9	85,3	70,9	59,8	63,5	58,0	66,8	52,8	67,7	66,3%	88,1%
S6	76,7	63,8	87,1	75,4	64,0	67,8	62,2	72,1	58,4	72,4	70,7%	91,5%
S7	80,4	66,8	88,6	78,4	67,6	71,1	66,7	76,1	62,9	76,3	74,2%	93,6%
S8	83,2	69,4	89,9	80,9	70,9	73,7	70,6	78,5	66,5	79,8	77,0%	94,9%
S9	85,2	72,2	90,7	82,8	73,7	76,0	73,9	80,4	69,8	82,9	79,4%	95,7%
S10	87,7	75,0	91,5	84,2	76,1	78,1	76,3	82,1	72,8	85,8	81,6%	96,4%
S11	89,9	76,9	92,1	85,3	77,7	80,0	78,5	83,5	75,3	88,0	83,3%	96,8%
S12	90,6	78,7	92,6	86,0	79,0	81,7	81,5	84,6	77,7	89,6	84,8%	97,1%
S13	91,2	81,0	93,2	86,6	80,2	83,0	84,1	85,5	80,0	90,9	86,1%	97,4%
S14	91,8	82,3	93,6	87,2	81,3	84,4	84,8	86,3	82,1	92,0	87,1%	97,6%
S15	92,3	83,4	94,0	87,7	82,2	85,5	85,4	87,0	83,8	92,8	87,8%	97,7%
S16	92,8	84,4	94,5	88,1	82,9	86,4	86,2	87,6	85,4	93,5	88,6%	97,8%
S17	93,0	85,2	94,8	88,4	83,5	87,3	87,1	88,2	86,7	94,2	89,2%	97,9%

Fonte: Le Marché du Documentaire/CNC. Elaboração: autora.

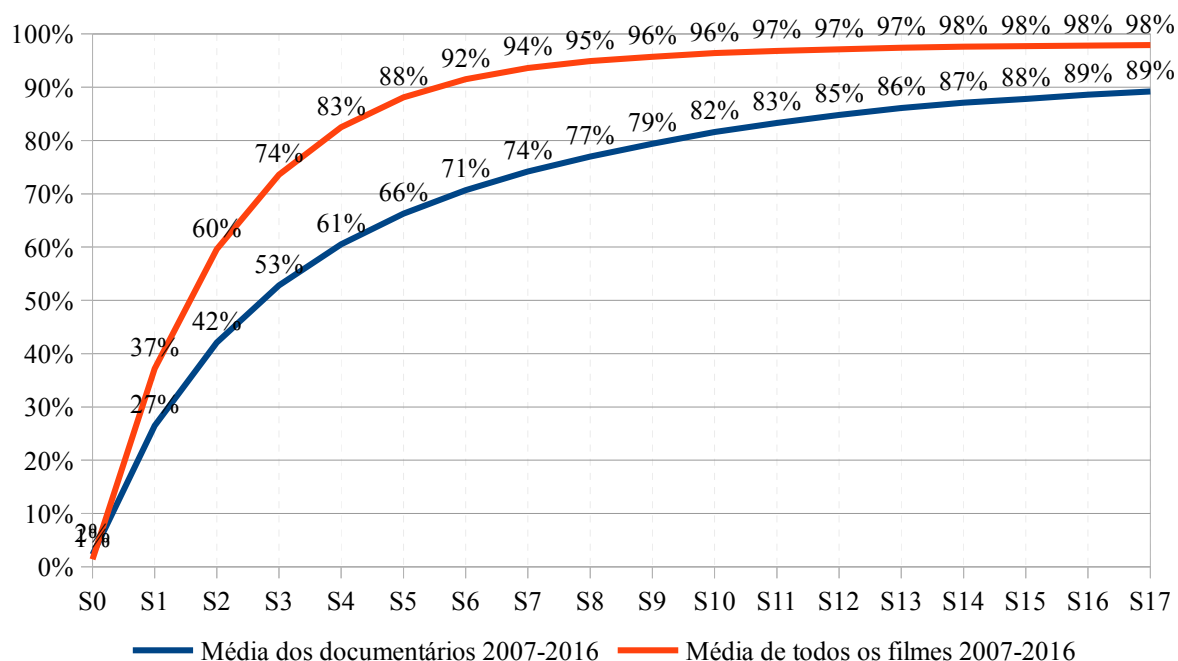
Através dessa análise é possível verificar o tempo que um documentário leva para atingir o seu público em %. Os 862 documentários lançados entre 2007-2016, conseguem, em média, alcançar 80% de seu público apenas na décima semana. Para compararmos podemos verificar que todos os gêneros juntos conseguem alcançar, no mesmo tempo em cartaz, 96,4% dos seus espectadores potenciais. Isso revela que o documentário necessita de mais tempo para atingir o seu público.

Podemos verificar que para o documentário alcançar quase 90% de seu público, ele precisa ficar dezessete semanas em cartaz. Isso significa cerca de quatro meses, tempo que na maior parte dos casos não é viável a um exibidor, que buscará obter um retorno econômico no menor tempo possível.

Sessões com a presença do diretor, produtor ou membros da equipe para a realização de um debate pós-sessão é uma prática corrente. Esta iniciativa, cada vez mais aplicada, visa a ampliar a discussão em torno do filme, e, por consequência, ampliar seu público, bem como busca proporcionar ao espectador um elemento exclusivo na exibição pública do filme (algo que uma janela de exibição como o DVD ou a televisão só poderia usar parcialmente, como uma entrevista com o diretor enquanto “extra”). Ainda assim, dificilmente um documentário ficará em cartaz por 4 meses em muitas salas. O que acontece por vezes é ele se manter em uma sala, em apenas um horário, no caso do exibidor estar disposto a dar espaço a este filme.

No próximo gráfico os dados apresentados na tabela anterior ficam visualmente mais evidentes.

Gráfico 23 – A média dos documentários e a média de todos filmes (ficção, animação e documentário) exibidos por semana no cinema entre 2007 e 2016



Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Em uma análise visual do gráfico fica evidente que nas primeiras semanas a linha vermelha, que representa todos os filmes, sobe mais do que no caso dos documentários. Isso denota que alcançaram mais público nas primeiras semanas, e, portanto, em menos tempo que o documentário. É, de fato, uma diferença na natureza da exposição dos gêneros: o documentário, que tem uma forma de divulgação menos ostensiva do que a ficção e a animação, e que se beneficia bastante da disseminação espontânea do “boca a boca”, e para quem o caráter de novidade parece ter menos importância, precisa de mais tempo de exibição para atingir seu público. A “vida” do documentário nas salas de cinema, portanto, é mais lenta. Na quarta semana, por exemplo, é possível constatar um distanciamento entre as linhas vermelha e azul, pois o documentário atingiu pouco mais da metade (61%) dos seus espectadores, ao passo que os filmes em geral já alcançaram 82,5% do seu público.

O próximo tópico diz respeito a todos os documentários (franceses e estrangeiros) lançados no mercado francês de sala de cinema, e portanto não somente aos *agréés*, cujo número é bem inferior.

Conforme podemos analisar na próxima tabela, a maior parte dos documentários lançados nas salas o fazem no máximo em 30 estabelecimentos.

Tabela 24 – Número de salas de cinema onde o documentário foi lançado na primeira semana (2007 – 2016)

Número de salas	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Menos de 10 estabelecimentos	38	36	37	39	56	62	57	58	57	64
De 10 a 29 estabelecimentos	19	10	20	19	25	21	18	25	36	35
De 30 a 49 estabelecimentos	3	2	9	11	4	6	6	6	4	11
De 50 a 99 estabelecimentos	2	7	2	5	2	1	1	7	2	5
De 100 a 299 estabelecimentos	2	2	3	2	1	0	2	4	4	2
300 estabelecimentos ou mais	2	1	1	1	1	1	3	0	1	1
Total	66	58	72	77	89	91	87	100	104	118

Fonte: Le marché du documentaire. Elaboração autora

Em 2016, 83,8% dos documentários foram lançados em até 30 salas. Se reduzirmos para menos de 10 salas este número segue alto, 54,2%. Se ampliarmos a análise, 2007 a 2016, verificaremos que 58,5% dos documentários foram exibidos em menos de 10 salas.

Isso comprova uma tendência do documentário de realizar lançamentos em um número mais restrito de salas, visto que são produções pequenas ou médias, que contam com orçamentos reduzidos. Os grandes lançamentos são, na maior parte dos casos, reduzidos a produções documentais de grandes orçamentos, que são a exceção. Quando se amplia o lançamento de um filme gastam-se mais recursos, demanda-se uma atuação mais vigorosa da distribuidora, tendo de desenhar esse lançamento em mais salas, sendo necessário atingir mais espectadores logo nas primeiras semanas para que este mantenha-se em cartaz. Exige uma atuação sincrônica da distribuidora e de seu setor de marketing para que isso tudo funcione, pois, caso contrário, algumas semanas após o lançamento o filme estará reduzido a poucas salas, tendo desperdiçado seu orçamento de distribuição na ampliação do lançamento. O que boa parte dos documentários costuma realizar é focar em menos salas e esforçar-se para que a obra mantenha-se em cartaz por mais tempo. Lançamentos em mais de 300 salas são casos raros no documentário, como já mencionado, e, quando ocorrem, trata-se de filmes lançados por grandes distribuidoras francesas (Gaumont ou Pathé) ou pelas *majors* norte-americanas. Em 2016, apenas 1 documentário foi lançado em mais de 300 salas, *Les Saisons*, de Jacques Perrin e Jacques Cluzaud, distribuído pela Pathé.

A grande maioria dos documentários que são exibidos em sala de cinema na França são filmes recomendados *Art et Essai*. Os filmes recomendados são escolhidos pela

Associação Francesa de Cinemas *Art et Essai* (AFCAE)¹⁹³ e são divididos em duas categorias segundo o decreto nº 2002/568 de 22 de abril de 2002. A primeira engloba produções que já foram exibidas no cinema, e as seleciona segundo alguns critérios como: cinematografias de países cuja produção tenha sido pouco difundida na França; filmes considerados de qualidade e que não obtiveram o público “merecido”; obras consideradas clássicas do cinema; ou ainda curtas e longas-metragens que apresentem inovações na linguagem ou temática cinematográfica. A segunda categoria incide sobre obras inéditas, mas apenas aquelas que tenham sido bem avaliadas pela crítica, pelo público e que façam “uma contribuição notável à arte cinematográfica”, ou aquelas realizadas por “amadores” com “características excepcionais”.

Os filmes são assim classificados por um colégio de recomendação *Art et Essai*, que é composto por 100 membros provenientes de vários setores (produtores, distribuidores, representantes do CNC, entre outros) que fazem essa escolha duas vezes por mês. Os filmes podem ser de todas as nacionalidades e seus títulos ficam à disposição no site.

Podem soar um pouco subjetivas as delimitações para a classificação desses filmes como obras *Art et Essai*. No entanto, quando avaliamos a prática do mercado através dos dados estatísticos dos documentários analisados, fica mais clara essa definição. Por exemplo, se unirmos a informação de que o documentário leva até 10 semanas para alcançar 80% do seu público e que 54,2% deles são lançados em até 10 salas, fica evidente que a comissão classifique um bom conjunto como *Art et Essai*, uma vez que terão dificuldade de alcançar o público alvo em poucas salas, mesmo que se mantenham mais tempo em cartaz.

Segundo os dados contidos na próxima tabela, podemos verificar o total de documentários lançados nas salas de cinema anualmente na França classificados como *Art et Essai*. É preciso atentar que esse conjunto de filmes documentários aqui analisados engloba todos os documentários longas-metragens lançados em sala de cinema, franceses e estrangeiros.

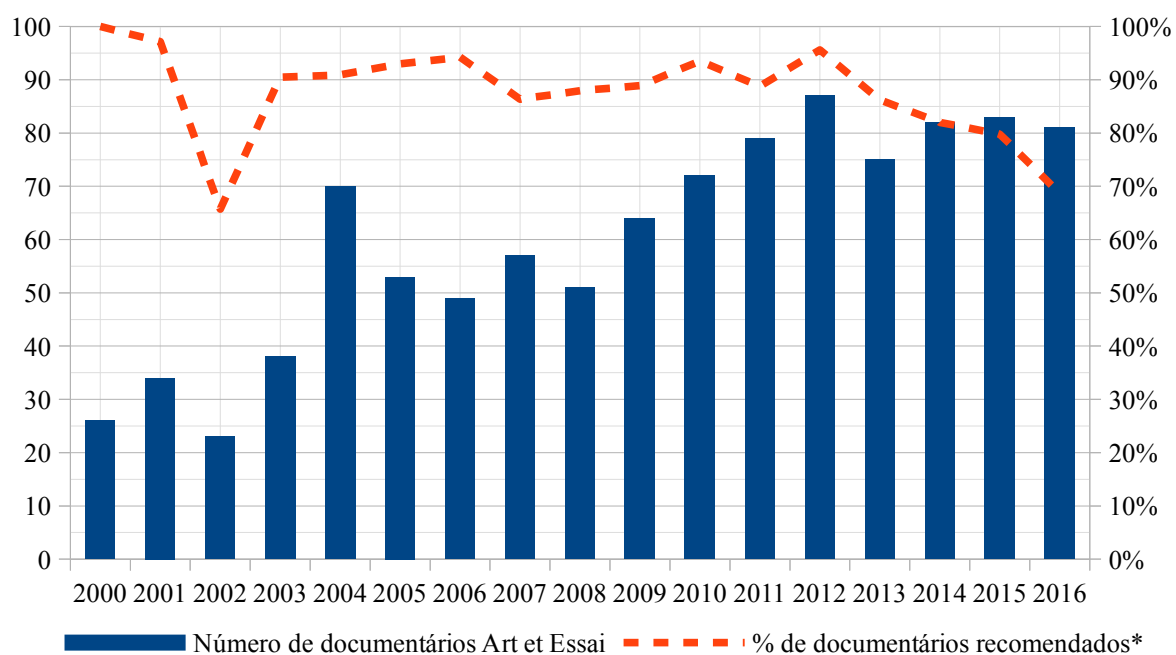
193 Mais detalhes sobre a Associação Francesa de Cinemas *Art et Essai* (AFCAE), cf. o site <<http://www.art-et-essai.org/>>. Acesso em: jun/2018.

Tabela 25 – Documentários recomendados *Art et Essai* (2000-2016)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Art et Essai	26	34	23	38	70	53	49	57	51
Não-recomendados	-	1	12	4	7	4	3	9	7
Total*	26	35	35	42	77	57	52	66	58
% de documentários recomendados*	100,0%	97,1%	65,7%	90,5%	90,9%	93,0%	94,2%	86,4%	87,9%

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Art et Essai	64	72	79	87	75	82	83	81
Não-recomendados	8	5	10	4	12	18	21	37
Total*	72	77	89	91	87	100	104	118
% de documentários recomendados*	88,9%	93,5%	88,8%	95,6%	86,2%	82,0%	79,8%	68,6%

Fonte: Le Marché du Documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Gráfico 24 – Documentários recomendados *Art et Essai* (2000-2016)

Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Entre 2000 e 2016, de todos os documentários que foram lançados comercialmente, 86,3% deles foram classificados como *Art et Essai*. Segundo informações do estudo *Le marché du documentaire* de 2016, na última década do estudo (2007-2016), do total dos documentários exibidos em sala e recomendados *Art et Essai*, 66,9% eram franceses, 10,1% norte-americanos, 18,6% europeus não franceses e 4,4% de outros países. Para se ter uma ideia em números, a partir de 2007, os filmes *Art et Essai* representaram 84,8% de todos

os documentários lançados comercialmente. Isso mostra como a classificação *Art et Essai*, criada para favorecer uma cinematografia de características artísticas inovadoras ou clássicas, que vale também para a ficção e animação, é fortemente aplicada ao documentário. É uma forma de garantir um espaço mínimo nas salas de cinema classificadas como *Art et Essai* (que precisam ter um mínimo de obras assim recomendadas) para uma cinematografia documental julgada relevante.

4.3 O mercado do documentário francês na televisão

Neste próximo item trataremos de dados referentes à televisão, primeiramente mostrando o número de documentários exibidos nos canais; num segundo momento apresentando como esses filmes foram financiados pela televisão e, finalmente, a repartição dos aportes dos canais aos filmes.

Os dados trabalhados são referentes ao ano de 2016, contendo informações preferencialmente do *Marché du Documentaire*, mas também de estudos do CNC e do Conselho Superior do Audiovisual (CSA).

4.3.1 O documentário francês exibido na televisão

Esta próxima tabela apresenta o número de documentários longas-metragens que foram exibidos na televisão mas que tiveram uma estreia anterior em sala de cinema.

Tabela 26 – Número de filmes documentários^a veiculados na televisão

Tipo de canal	Canal / grupo	Documentários exibidos em 2016
Canais nacionais públicos	France Télévisions ^b	9
	Arte	73
	LCP-AN	3
Subtotal		85
Canais nacionais privados gratuitos ^c	6ter	2
	La Chaîne L'Équipe	3
	RMC Découverte	1
Subtotal		6
Canais privados pagos	Canal+	21
Subtotal		21
TOTAL		112

Fonte: CNC – CSA. Elaboração: autora.

Conforme podemos verificar na tabela acima, um total de 112 documentários longas-metragens foram difundidos na televisão francesa em 2016. Sendo 85 deles em canais nacionais públicos e 6 em canais nacionais privados gratuitos. O resultado dessa soma mostra que 81,3% (91 dos documentários) foram exibidos em canais nacionais gratuitos, o que comprova a importância que estes representam para este mercado.

Dentro dos canais nacionais públicos responsáveis pela exibição de 85 documentários, o destaque é o canal Arte, que, sozinho, foi responsável pela exibição de 73 documentários. O Arte France¹⁹⁴ é o polo francês do canal franco-alemão Arte, que tem a tradição de produção e exibição de documentários. É importante realçar que mesmo se tratando de obras com um primeiro lançamento em sala, elas contam com recursos, em muitos casos, dos canais que irão exibi-las na sequência.

Ainda dentro dos canais nacionais públicos, a *France Télévisions* (France 2, 3, 4, 5 e Ô) representa um local onde o documentário encontra seu espaço. Isso é mais recorrente

a. Filmes documentários: Longas-metragens documentais que foram exibidos no cinema antes de irem para a TV.

b. Inclui os canais France 2 (1 documentário), France 3 (4), France 4 (0), France 5 (4) e France Ô (0).

c. Inclui ainda os canais Chérie 25, C8, Cstar, Gulli, HD1, NRJ12, NT1, Numéro 23, TMC, W9, TF1 e M6, nenhum deles havendo exibido filmes documentários em 2016.

194 Thierry Garrel foi uma figura central nesse processo. Ele assumiu desde a criação da Arte France em 1992 a Unidade de Documentário do Canal. Com sua experiência pregressa no canal La Sept, onde atuava na unidade de documentário, Garrel deu força aos documentários autorais da Arte e incentivou as coproduções, sendo ativo e militante nos filmes em que se envolvia, auxiliando no que se tornou a Arte, um dos poucos locais onde o documentário encontrava espaço naquele período. Entre várias obras em que ele esteve envolvido no financiamento via sua unidade, podemos citar: *S21, la machine de mort Khmer rouge*, de Rithy Panh, *CIA guerres secrètes*, de William Karel, *Massoud l'Afghan*, de Christophe de Ponfily e *Un dragon dans les eaux pures du Caucase*, de Nino Kirtadze. Atualmente a unidade de documentário da Arte é comandada por Fabrice Puchault.

nos canais France 2, 3 e 5, que, além da exibição, investem bastante na produção, como veremos no próximo item.

Os canais nacionais privados gratuitos (TF1, M6, canais privados da TNT) praticamente não investem na exibição de documentários que saíram no cinema, em 2016 totalizaram apenas 6 filmes.

Dentro dos canais privados pagos o destaque é o *Canal Plus*¹⁹⁵ que exibiu sozinho 21 documentários. Como já vimos, o canal francês entra no mercado em 1984 sendo o primeiro canal privado da França, nascido no momento das privatizações das televisões, e tem um histórico em exibir filmes e investir em produções originais francesas.

4.3.2 Documentários produzidos pela televisão

Neste próximo tópico analisaremos o financiamento francês e estrangeiro ao documentário produzido pelos canais de televisão. Agora o foco não são mais os longas-metragens, mas sim, na maior parte, programas documentais de 60 minutos, séries, programas, entre outros.

Tabela 27 – Financiamento do documentário audiovisual em 2016 (em milhões de €)

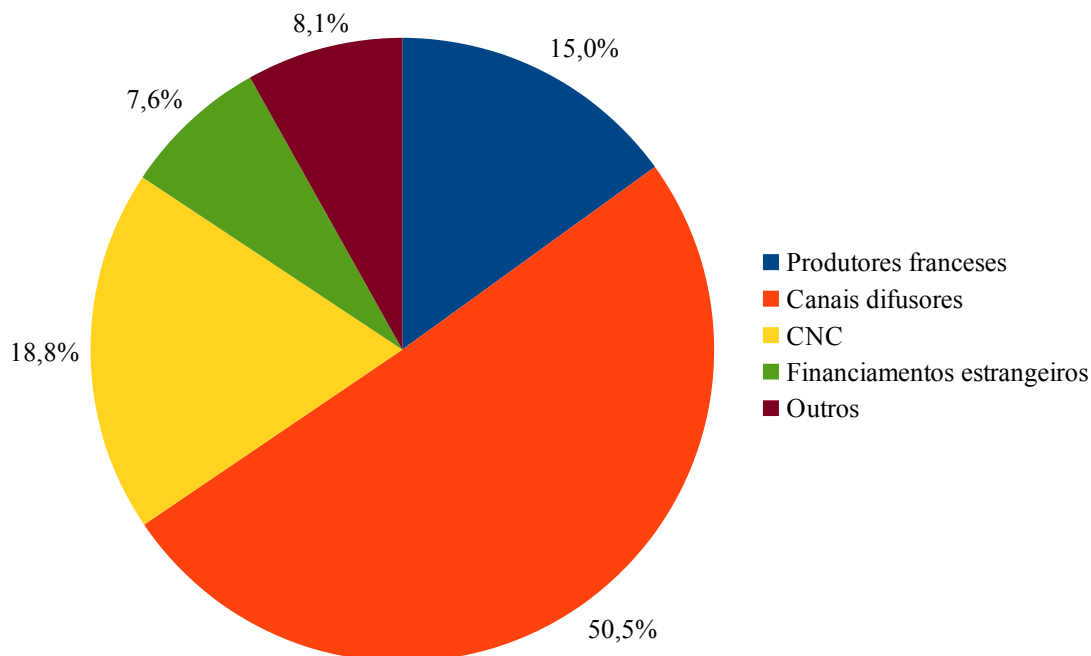
Financiamento do documentário audiovisual em 2016 (em milhões de €)	
Financiamentos franceses	374,6
Produtores franceses	60,9
Pré-vendas na França	4,9
Canais difusores	204,6
SOFICA	0,9
CNC	76,2
Outros	27,1
Financiamentos estrangeiros	30,6
Coproduções estrangeiras	17,8
Pré-vendas no exterior	12,8
Total dos financiamentos	405,2

Fonte: Le Marché du Documentaire/CNC.

Elaboração: autora.

¹⁹⁵ Na sequência em 1988, também do grupo Canal +, será criado o canal Planète, um canal nacional pago destinado exclusivamente ao documentário, que abrange, além do território francês, alguns países como Alemanha, Canadá, Bélgica e Suíça. Segundo o CSA, ele propõe em média 900 documentário por ano, completando sua programação excepcionalmente com a ficção.

Gráfico 25 – Financiamento do documentário audiovisual em 2016 (em %)



Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

A ampla predominância do financiamento francês total (92,4%) em relação ao estrangeiro (7,6%) é evidente. Este último diz respeito a gastos considerados internacionais, como as pré-vendas e as coproduções da França.

O financiamento dos canais franceses destinado à produção de programas documentais representou 50,5% dos investimentos totais. Em relação ao ano anterior sofreu uma pequena diminuição de 3,8%. Vale lembrar que os canais de televisão na França são obrigados a investir na produção francesa em função, por exemplo, de seus lucros e do tipo de programação. Esses investimentos podem tomar a forma de pré-vendas de direitos, coproduções, despesas em produção, entre outras.

Mesmo o CNC tendo uma função central na política cultural francesa através de seus mecanismos de auxílio à produção de filmes para a televisão, é importante assinalar que o documentário francês é majoritariamente financiado pelos canais de televisão, sendo isso igualmente possível pela regulamentação feita pelo órgão. Vale pontuar que o CNC também direciona recursos ao setor por ser mantido por um conjunto de taxas, sendo a maior delas proveniente da televisão.

O aporte dos produtores franceses, ou seja, o recurso destinado por eles às produções desse ano de 2016 foi de 15%, e de maneira geral os recursos dos produtores se mantiveram estáveis ao longo dos últimos anos.

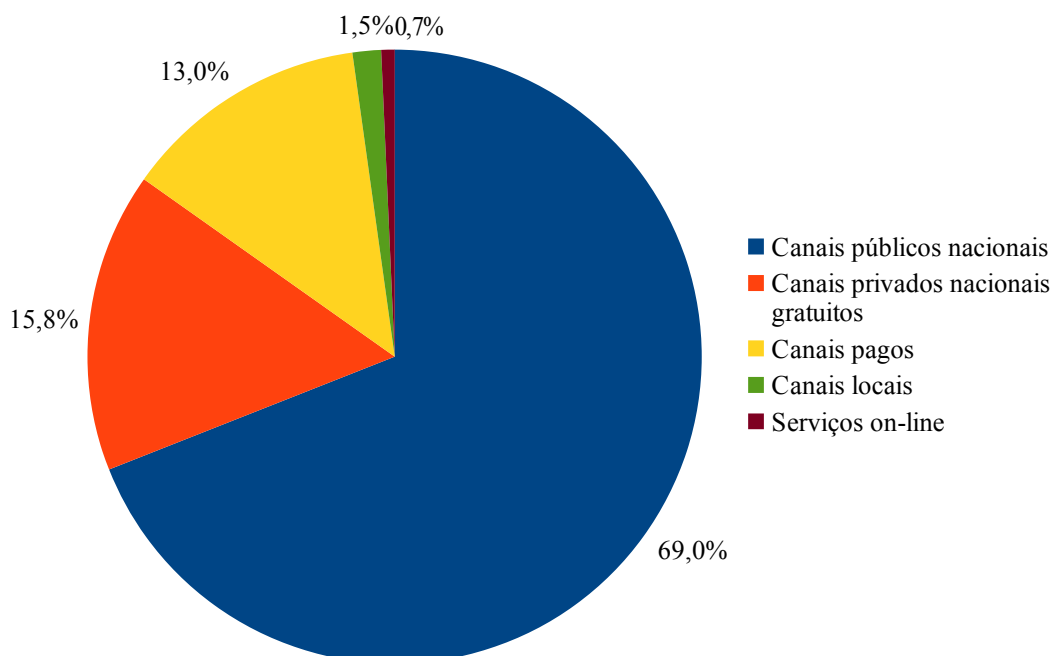
Na próxima tabela são apresentados os tipos de canais que investem na produção de documentário.

Tabela 28 – Repartição dos aportes dos canais difusores em documentários audiovisuais em 2016 (em % e em milhões de €)

Categoria	Em milhões de €	Em %
Canais públicos nacionais	141,1	69,0%
Canais privados nacionais gratuitos	32,4	15,8%
Canais pagos	26,6	13,0%
Canais locais	3,0	1,5%
Serviços on-line	1,5	0,7%
Total	204,6	100,0%

Fonte: Le Marché du Documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Gráfico 26 – Repartição dos aportes dos canais difusores em documentários audiovisuais em 2016 (em %)



Fonte: Le marché du documentaire/CNC. Elaboração: autora.

É patente o protagonismo dos canais nacionais gratuitos (canais públicos nacionais + canais privados nacionais gratuitos) nesse processo, representando 84,8% dos

aportes. Em 2016 eles investiram 173,5 milhões de euros na produção de documentários audiovisuais, tendo exibido um total de 1.593 horas.

Os canais públicos nacionais sozinhos representam praticamente 70% dos aportes em 2016, tendo exibido um total de 1.183 horas de programação de documentários. Dentre os canais de destaque podemos citar o *Arte*, que exibiu 25,2% do total de horas programadas, tendo realizado um aporte total de 43,8 milhões de euros. A *France Télévisions*, que reúne 6 canais, representou 71,5% do total de horas programadas, tendo investido 96,4 milhões de euros. Dentre os canais da *France Télévisions*, o France 5 é o que mais destina recursos ao gênero, tendo investido 22,2 milhões na produção de documentários, resultando em 231 horas de programação.

O total que os canais pagos investiram em 2016 foi de 26,6 milhões de euros, resultando em 688 horas de programação. O *Canal Plus* foi o que mais investiu, 5,9 milhões de euros, que resultou em 40 horas totais. Em relação aos canais públicos nacionais a diferença é bastante grande, e talvez fosse ainda maior caso não houvesse uma obrigação por parte dos canais de investir em obras francesas, conforme analisamos no capítulo 2.

Há ainda os canais locais, que são aqueles que estão situados nas várias regiões francesas e têm um alcance local. Em 2016 eles representaram 1,5% dos investimentos pois trata-se, na maior parte dos casos, de pequenos canais com lucros baixos. No entanto, eles têm sido um dos refúgios de muitos dos documentários autorais franceses que não têm encontrado espaço nos canais mais concorridos, como o *Arte*. Somados, eles resultam em 27 canais que investiram 3 milhões de euros em 2016, o que resultou em 160 horas de documentários. Esses canais costumam, em parceria com recursos das regiões, investir em documentários locais, o que contribui para a economia da região e introduz de novos diretores no campo audiovisual francês, que, de outra maneira, talvez tivessem mais dificuldade.

Para finalizar, trataremos dos “serviços on-line”, que são plataformas que disponibilizam pela internet produções audiovisuais e que receberam auxílio do CNC. Comumente, os canais de televisão contam com uma programação on-line. Esses serviços resultaram em 2016 em um total de 41 horas de programação, tendo sido investidos um total de 1,47 milhão de euros. São exemplos dessa modalidade o *Canal Arte*, que possui o *Arte Concert* e *Arte.fr*; ou a *France Télévisions* com a *France4.fr* e *Francetv.fr*. Ambas as redes são as maiores em número de investimento e de horas de difusão.

Este próximo item diz respeito à relação entre a produção de documentários feitos para a televisão e as produtoras.

Segundo os dados contidos no relatório do CNC havia, em 2016, 503 produtores atuantes no setor do documentário, sendo que 87,5% do volume horário foi produzido por produtores independentes.¹⁹⁶

Tabela 29 – Repartição dos produtores segundo o número de horas de documentário produzidas (%) em 2016

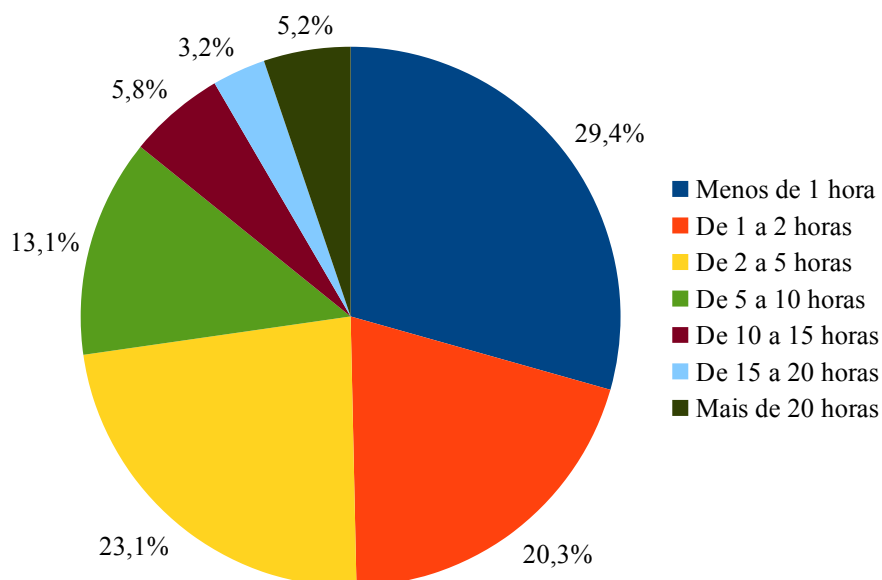
Horas produzidas	Número de produtoras	Em %
Menos de 1 hora	148	29,4%
De 1 a 2 horas	102	20,3%
De 2 a 5 horas	116	23,1%
De 5 a 10 horas	66	13,1%
De 10 a 15 horas	29	5,8%
De 15 a 20 horas	16	3,2%
Mais de 20 horas	26	5,2%
Total	503	100,0%

Fonte: Le Marché du Documentaire/CNC.

Elaboração: autora.

¹⁹⁶ A noção de produtor independente é ligada à estrutura de capital de que dispõe, mas, principalmente, à ausência de vínculo durável de interesses com um canal difusor. É uma tentativa de destinar o benefício a empresas produtoras que não sejam “especializadas” em obras para apenas um canal, desestimulando essa “prestação exclusiva” e buscando manter uma diversidade de parcerias com diversos canais.

Gráfico 27 – Repartição dos produtores segundo o número de horas de documentários produzidos (2016)



É interessante notar que cerca de metade das empresas produziram até duas horas de conteúdo documental audiovisual em 2016, e quase três quartos até cinco horas. É um cenário em que a maior parte das produtoras não tem uma produção documental anual tão extensa. Isso decorre, ou do pequeno porte das empresas, que têm capacidade de produção de menos horas, ou do fato de que essas produtoras se mantêm com outros tipos de produção não-documentais. Em todo caso, são em número relativamente menor aquelas produtoras de maior porte especializadas em documentários audiovisuais, com capacidade de várias horas de produção.

CAPÍTULO V – O documentário brasileiro e francês: relações e modelos

Neste quinto e último capítulo propomos traçar alguns eixos de análise sobre a realidade econômica do mercado do documentário do Brasil e da França e dessa forma demarcar algumas particularidades de cada mercado.

Em um primeiro momento, estudamos os dados econômicos relativos à sala de cinema de ambos os países a fim de mostrar eventuais semelhanças e diferença entre esses dois mercados.

Na sequência exploramos três eventos que mobilizam a economia do documentário francês: (1) o documentário de mercado, através da análise do evento *Sunny Side of The doc*; (2) o documentário de autor, através da análise da estrutura construída na cidade francesa de Lussas e do festival *Estados gerais do filme documentário*; e (3) o *Mês do filme documentário*, evento anual que ativa a economia de documentários antigos.

Finalmente, analisamos a possibilidade de circulação do documentário brasileiro para além das salas de cinema. Primeiramente através da análise dos festivais de cinema do país, local de ampla exibição do mesmo; num segundo momento, através do estudo de caso da empresa Taturana Mobilização Social e do seu mapeamento de circuitos alternativos; por fim, o estudo de caso da distribuição em cineclubes simultaneamente à exibição no cinema realizada por Rodrigo Siqueira em seu filme *Terra deu, terra come* (2010).

5.1 Relações e semelhanças entre o mercado do documentário exibido em sala de cinema no Brasil e na França

Se analisarmos os lançamentos dos documentários brasileiros e franceses nas salas de cinema de seus respectivos países nos últimos anos, perceberemos que estes apresentam algumas semelhanças. De início, um grande número de títulos sendo lançados e que vem crescendo anualmente, decorrência da abundância de obras produzidas.

Um maior conjunto de filmes alcançando as salas de cinema pode levar a uma interpretação positiva deste cenário: a produção documental acessando a sala, local de consagração de um filme e vitrine da obra. Um exame mais atento dessas realidades, entretanto, permite verificar algumas contradições interessantes para trazer à análise.

5.1.1 A presença do documentário na sala de cinema

Analisaremos aqui os documentários franceses e brasileiros que foram lançados nas salas de cinema.

Apenas para auxiliar na diferenciação e melhor esclarecimento dos dados franceses, no capítulo 4, existem três categorias de dados sobre os documentários que foram exibidos em sala de cinema: uma primeira indica o número de *documentário agréés*¹⁹⁷ (que receberam autorização do CNC para captação de investimentos, e que são analisados em detalhe pelo órgão); uma segunda traz o *número total dos documentários*¹⁹⁸ lançados em sala (que inclui todos os documentários franceses e internacionais que foram lançados); e uma terceira separa a *nacionalidade dos documentários*¹⁹⁹ (e inclui todos os documentários franceses que foram exibidos em sala, *agréés* e não *agréés*). Para estabelecermos uma comparação com o Brasil, propomos analisar este último estrato, visto que abarca todos documentários franceses exibidos em sala, como é o caso do Brasil, independentemente de terem recebido ou não recursos.

A tabela abaixo apresenta portanto o número de lançamentos por ano a fim de mostrar como se comportaram os lançamentos nesses dois países.

Tabela 30 – Relação entre o número de todos os documentários brasileiros e franceses lançados em sala de cinema em seus respectivos países (2000-2016)

Anos	2000	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	2016
Brasil	3	8	10	4	15	15	24	32	25	39	31	41	35	50	36	52	44
França	20	28	28	26	42	34	32	41	34	46	53	53	63	61	72	70	79

Fonte: OCA/Ancine e Le Marché du Documentaire/CNC. Elaboração: autora.

Começando pelo caso francês, é possível verificar no período um aumento no número de produções, passando de 20 lançamentos em 2000 para quase 80 em 2016. Um dos aspectos apontados por documentaristas e produtores independentes franceses para este fato é que o documentário autoral perdeu espaço nos canais de televisão, que buscam cada vez mais narrativas formatadas e adequadas a sua programação. Isso fez com que um conjunto de diretores recorresse às salas como um espaço onde eles ainda conseguem exibir suas obras.

¹⁹⁷ Em 2016 foram 44 documentários.

¹⁹⁸ Em 2016 foram 118 documentários.

¹⁹⁹ Em 2016 foram 79 documentários.

No caso do Brasil é possível visualizar a evolução que houve, a partir de 2004, no número de lançamentos, o qual manteve-se alto desde então. Uma das razões para este aumento na produção de documentários exibidos é o barateamento que a tecnologia digital gerou, possibilitando uma produção e uma distribuição mais barata, através de câmeras eletrônicas acessíveis ao público, assim como cópias digitais que foram pouco a pouco substituindo a película. Dessa maneira, mesmo contando com poucos recursos, é viável hoje realizar um documentário e exibi-lo numa sala de cinema, o que não é uma particularidade brasileira, visto que também ocorre na França. Isso não significa, porém, que este filme se manterá nas salas, nem que ele foi bem distribuído, mas sim que ele alcançou esta janela.

Quando analisamos o número de documentários exibidos em sala, é imprescindível analisar igualmente o setor exibidor onde esses filmes estão sendo veiculados. Como já tratado, as salas de cinema que costumam exibir documentários são as salas de arte. No Brasil, essas salas representaram aproximadamente 4,8%²⁰⁰ do total em 2016, um número pequeno se pensarmos que elas vêm exibindo boa parte dos documentários, da ficção nacional, além de produções independentes de outros países. Todos esses filmes disputando um único local é um cenário que gera uma autofagia.

No caso francês, as salas *Art et Essai* são o local onde boa parte dos documentários são exibidos. Elas representam 42,1%²⁰¹ do total de salas francesas, um número muito mais equilibrado se comparado ao brasileiro, mas que também sofre com o excesso de produções nacionais e internacionais independentes.

Entre 2000 e 2016, de todos os documentários que foram lançados na França, 86,3% deles foram classificados como *Art et Essai*. Isso denota uma atenção por parte da comissão classificatória em considerá-los como tal a fim de estimular que as salas *Art et Essai* os exibam, uma vez que para que essas salas sejam beneficiadas economicamente, devem exibir um mínimo de filmes assim classificados. Essa política de classificação e fomento dos estabelecimentos é importante não só para que os documentários franceses possam chegar às salas, mas igualmente para que os cinemas na França possam oferecer documentários de

200 No ano de 2016, segundo dados da Filme B, o Brasil contava com 153 salas de arte, sendo que 60% delas se concentravam na região Sudeste.

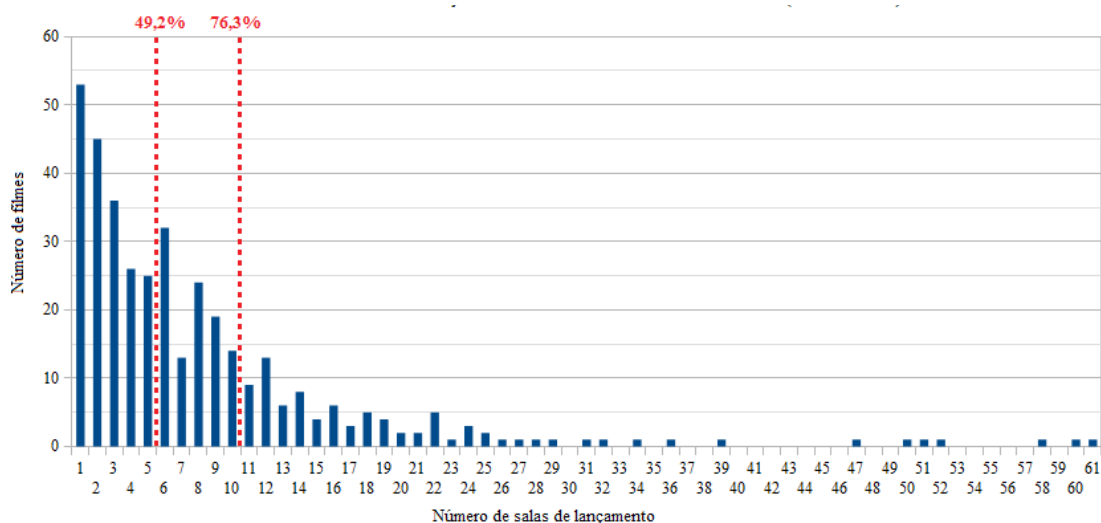
201 As salas *Art et Essai* representaram 2.418 em 2016. Dados obtidos a partir dos estudos Observatório da difusão e da frequência cinematográficas (Observatoire de la diffusion et de la fréquentation cinématographiques), Os estabelecimentos classificados *Art et Essai* após edital (Les établissements classés *Art et Essai* après appel) e Dossiê nº 333 - A geografia do cinema (Dossier nº333 - La géographie du cinéma). Disponíveis em: <<http://www.cnc.fr/web/fr/publications/-/ressources/13065994>>, <<http://www.cnc.fr/web/fr/syntheses/-/ressources/11866692>> e <<http://www.cnc.fr/web/fr/dossier/-/ressources/8622173>>. Acesso em: jun/2018.

outros países sem serem economicamente “punidos” por apresentar uma cinematografia de menor apelo comercial. Um exemplo disso são os dados já apresentados do estudo *Le marché du documentaire* que mostra que na última década (2007-2016), do total dos documentários exibidos em sala e recomendados *Art et Essai*, 66,9% eram franceses, 10,1% norte-americanos, 18,6% europeus não franceses e 4,4% de outros países.

No caso brasileiro, não há um estudo específico mostrando que os documentários são exibidos em sua maioria em salas de arte, mas, na prática, sabemos que isso ocorre quando percorremos a programação apresentada por elas. E outro aspecto que também dificulta na circulação destes pelo país de uma forma mais equilibrada é que as maiores salas de arte estão restritas às capitais de cidades como São Paulo, Rio de Janeiro, Brasília, Salvador e Porto Alegre. Vale mencionar o papel importante de Adhemar Oliveira para a exibição desses filmes, que através de sua trajetória ligada ao cineclubismo tem ao longo dos anos exibido boa parte dos documentários que chegaram às salas. O seu circuito de arte concentra praticamente metade das salas de arte.

No caso do mercado brasileiro, não dispomos de dados sobre o perfil de salas de cinema que exibiram documentários ou não, mas conforme já abordado, é possível levantar através das informações do OCA o número de salas de cinema em que estes foram lançados.

Com a finalidade de relacionar os dados dos dois países e para que os períodos de análise coincidam, propusemos reduzir, no caso brasileiro, o período de análise feito no capítulo para dez anos, visto que a França só dispõe de dados dentro deste recorte temporal.

Gráfico 28 – Máximo de sala de lançamento (2007-2016)²⁰²

Fonte: OCA/Ancine. Elaboração autora.

Podemos verificar nesse gráfico o número máximo de salas alcançadas pelos documentários brasileiros, ou seja, o número de salas em que eles foram lançados. É possível observar que praticamente 50% dos filmes foram lançados em até 5 salas e 76% em até 10 salas. Isso revela que a grande parte dessas produções realiza lançamentos em um número reduzido de salas. Mais de 20 cópias, para um documentário, é considerado em lançamento médio ou grande, dependendo do filme.

Com exceção do filme *Alô, Alô, Terezinha!* (2009), sobre Chacrinha, todos os demais filmes que contaram com mais de 35 cópias foram sobre música ou esporte. São exemplos deles: *Cassia Eller* (2015, 47 cópias), *Soberano – Seis vezes São Paulo* (2010, 50 cópias), *Rock Brasília – Era de Ouro* (2011, 60 cópias) e *Raul, o Início, o Fim e o Meio* (2012, 36 cópias). É importante destacar que esses filmes que dispõem de um número maior de cópias são igualmente aqueles que têm a presença das *majors* (Sony, Paramount, Universal) na distribuição, principalmente os que versam sobre música. Quando não se trata dessas empresas, são distribuidoras nacionais consolidadas no mercado, como Imovision, Downtown e Europa Filmes.

Do conjunto de documentário lançados neste período, apenas 31 (8,2%) foram lançados com mais de 20 cópias, sendo que deste conjunto, apenas 12 (3,2%) com mais de 30 cópias e finalmente 7 (1,9%) com mais de 40 cópias.

²⁰² Segundo dados da OCA/Ancine o total de documentários exibidos entre 2007 e 2016 foi de 376 documentários.

Contamos com dados semelhantes para o caso francês, mas o CNC só disponibiliza essa informação em relação ao *número total dos documentários* que foram exibidos no país, ou seja, nacionais e internacionais. Na França, assim como no Brasil, os documentários internacionais, principalmente norte-americanos, contam com lançamentos maiores, o que provoca uma distorção nos dados. Dessa maneira, como esse são os únicos dados de que dispomos, optamos por utilizá-los relativizando alguns números e buscando uma tendência, mais do que precisão numérica.

Tabela 31 – Número de salas de cinema por documentário lançado (2007 – 2016)

Número de salas	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Menos de 10 estabelecimentos	38	36	37	39	56	62	57	58	57	64
De 10 a 29 estabelecimentos	19	10	20	19	25	21	18	25	36	35
De 30 a 49 estabelecimentos	3	2	9	11	4	6	6	6	4	11
De 50 a 99 estabelecimentos	2	7	2	5	2	1	1	7	2	5
De 100 a 299 estabelecimentos	2	2	3	2	1	0	2	4	4	2
300 estabelecimentos ou mais	2	1	1	1	1	1	3	0	1	1
Total	66	58	72	77	89	91	87	100	104	118

Fonte: Le Marché du Documentaire/CNC. Elaboração: autora.

O documentário francês do mesmo período (2007-2016) apresentou igualmente um cenário em que a maior parte dos documentários foram exibidos em poucas salas e os grandes lançamentos se constituíram nas exceções. Conforme constatamos nas tabelas abaixo, 58,4% dos filmes foram exibidos em até 9 salas (menos de 10 estabelecimentos). Isso mostra que a realização de lançamentos em um número mais restrito de salas não é algo exclusivo da realidade brasileira.

Se fizermos a mesma conta para o Brasil, constataremos que 72,6% dos documentários brasileiros ficaram em menos de 10 estabelecimentos. Mesmo que sejam números diferentes, em termos agregados e pensando-se nas peculiaridades de cada mercado, acreditamos que as características que a distribuição que o documentário apresentou foi em ambos os casos de um produto cuja característica foi um lançamento concentrado em poucas salas. Nesse sentido, torna-se importantíssima a preocupação da comissão de classificação dos filmes *Art et Essai* em incluírem a maior parte dos documentários nesta categoria, uma vez que isso estimula a produção e garante o local de exibição.

As faixas de lançamentos de documentário entre 10 e 29 salas representaram 26,4% dos lançamentos franceses e 24,2% dos brasileiros.

Os grandes lançamentos são exceção em ambos países. No caso francês em 2016, apenas 1 documentário foi lançado em mais de 300 salas, *Les Saisons*, de Jacques Perrin e Jacques Cluzaud, distribuído pela Pathé. No caso brasileiro o documentário com mais lançamentos neste período foi *Aventuras do Surf II* (2009), com 61 cópias.

5.1.2 O documentário internacional e a predominância de suas temáticas

Outro aspecto interessante de traçar um paralelo entre essas duas realidades é a presença do documentário internacional nesses dois países, conforme podemos visualizar na tabela abaixo.

Tabela 32 – Número de lançamento de documentários nacionais e internacionais nas salas de cinema no Brasil e na França (2009-2016)

Ano	Franceses exibidos na França	Internacionais exibidos na França	Brasileiros exibidos no Brasil	Internacionais exibidos no Brasil
2009	46	26	39	18
2010	53	24	31	13
2011	53	36	42	15
2012	63	28	35	9
2013	61	26	50	7
2014	72	28	36	6
2015	70	34	55	16
2016	79	39	45	13
TOTAL	497	241	333	97

Dados: OCA/Ancine e Le Marché du Documentaire/CNC. Elaboração: autora.

No mercado brasileiro de salas de cinema, o documentário nacional representou 77,4% dos lançamentos no período de 2009-2016, sendo que o lançamento dos documentários internacionais representou 22,6%. Porém, importa notar que o fato de ele ser lançado em maior número que o estrangeiro não significa que ele permaneça mais tempo em cartaz e nem seja mais visto.

No caso francês os lançamentos nacionais representaram 67,3% contra 32,6% dos internacionais. Os números são mais próximos entre si, embora em números absolutos o produto francês seja maior. A França lança mais que o dobro de documentários internacionais em seu mercado, o que dialoga com a política da diversidade de programação proposta pelas salas *Art et Essai*.

Quando direcionamos a análise para o público médio desses filmes, no caso brasileiro, há uma inversão, e o produto internacional ganha vantagem. A média de público por documentário brasileiro exibidos em sala no período de 2009-2016 é de 7 mil espectadores, enquanto o documentário internacional alcança uma média de 28 mil por filme. Isso denota que mesmo havendo mais lançamentos nacionais, o público do documentário nacional é menor. No entanto, vale ressaltar que alguns poucos títulos internacionais acabaram ampliando essa média, como por exemplo o filme *Michael Jackson This Is It* (2009), que obteve mais de 700 mil espectadores, ou ainda *Justin Bieber: never say never* (2011), com quase 450 mil.

No mercado francês do mesmo período, podemos identificar igualmente um número maior de lançamentos de documentários franceses do que internacionais. O público médio do filme francês foi de 28,1 mil, e do internacional, de 31,2 mil. O número médio pode ser mais equilibrado, mas é importante nos atentarmos que a grande maioria dos documentários franceses ficam abaixo de 20 mil espectadores, e que filmes com grandes públicos contribuíram para ampliar este número. Isso é visível, por exemplo, no ano de 2016, quando o público total do documentário francês daquele ano foi de 2,7 milhões, sendo que um único filme teve 1 milhão de espectadores, *Les Saisons*, informação que ajuda a explicar a alteração provocada na média por filme.

Em 2009, parte do aumento no público dos documentários internacionais na França foi resultado do filme *Michael Jackson's This is it*, com 1,5 milhão de espectadores (mais da metade do público de documentários no ano); e em 2012, pelo lançamento do também norte-americano *Félines*, com 765 mil espectadores. Com exceção desses dois anos mencionados, em todos os demais o documentário francês ultrapassou o público dos documentários dos outros países combinados.

Outro aspecto interessante nesta comparação são as temáticas dos documentários mais assistidos: em ambos mercados, há predominância da temática da música e da natureza como os documentários com mais público.

No caso brasileiro, a maior parte dos documentários internacionais que chegam ao mercado nacional e obtêm mais público são em sua maioria sobre o universo da música. Podemos citar produções biográficas sobre Michael Jackson, Justin Bieber, Katy Perry e o grupo One Direction, que fizeram mais de 100 mil espectadores cada. Podemos citar ainda

Iron Maiden: Flight 666 (2009), *Foo Fighters Back and Forth* (2011) e *U2 3D* esses últimos foram organizados pela Mobz²⁰³.

Seguindo na mesma direção, os documentários nacionais de maior público também são musicais como *Raul, o Início, o Fim e o Meio* (2012), *Chico: Artista brasileiro* (2015) ou ainda *A música segundo Tom Jobim* (2012).

No Brasil, os documentários internacionais sobre natureza não trazem tanto público como na França, mas ainda assim podemos citar *Fundo do Mar 3D* (2009); os franceses *Home – Nosso planeta, nossa Casa* (2009) e *Oceanos* (2010); e os norte-americanos *Terra* (2009), *Um Mar de Aventuras 3D* (2010) e *Reino dos Felinos* (2011).

No caso francês, há uma predominância nos documentários sobre na natureza. Dentre as 20 maiores bilheterias dos documentários exibidos na França, 13 são sobre natureza. Inclusive o documentário mais visto no período analisado foi o francês *Océans* (2010), dirigido por Jacques Cluzaud e Jacques Perrin, uma coprodução entre França, Suíça e Espanha e distribuído pela Pathé. Outro exemplo é *La marche de l'empereur* (2005), com direção de Luc Jacquet, que contou com a distribuição da Buena Vista International e foi premiado com o Oscar de melhor documentário. Também recebeu este prêmio outro documentário sobre natureza, o norte-americano *Uma verdade inconveniente* (2006).

Existe no documentário francês sobre natureza uma clara perspectiva de mercado. Em muitos casos ele é direcionado as salas de cinema, onde ganha visibilidade e pode-se contar com uma tela que valoriza as belas imagens captadas. Nestes, assim como em outros documentários de natureza, a experiência visual é tão ou mais importante que a narrativa, por isso boa parte dessas produções contam com a possibilidade da tecnologia 3D e um aporte de materiais tecnológicos modernos, que permitem filmagens de alta resolução em situações extremas como sob o mar, abaixo de 0°, na neve etc., o que provoca um impacto visual em quem assiste. Costumam ser produções que contam com orçamentos maiores em função desses custos.

Não obstante essa valorização da sala de cinema, os documentários sobre natureza são produções que encontram facilmente seu espaço em canais televisivos focados em meio ambiente e esporte. Por isso é comum eles apresentarem um foco na televisão, onde irão atingir maior público. Esse foco fica evidente em um dos eventos de mercado mais importantes para o documentário na França, o *Sunny Side of The Doc*, que acontece

203 A Mobz foi uma plataforma de cinema sob demanda, em que os produtores podiam disponibilizar seus filmes para sessões promovidas por interessados e financiadas coletivamente por todo o país.

anualmente na cidade de La Rochelle e que será tratado no próximo item. De qualquer modo, o que importa salientar aqui é que é possível constatar o interesse nesta temática por parte dos canais.

Temas como a mudança climática, ecologia e mundo animal são a maioria. Em geral, são filmes que funcionam tanto para o público adulto quanto para o infantil.

Existe um conjunto de filmes internacionais que entram no mercado de ambos os países e que fogem um pouco à regra das temáticas citadas. São em sua maior parte documentários premiados, que tiveram boa recepção da crítica e contam com diretores reconhecidos. No Brasil, podemos citar os documentários *O equilibrista* (2009), de James Marsh; a coprodução italiana e francesa *Fogo no Mar* (2016), de Gianfranco Rosi; e *Nostalgia da Luz* (2015), de Patricio Guzmán. Com exceção de *Pina* (Wim Wenders, 2012), que fez 100 mil espectadores, e *A Caverna dos Sonhos Esquecidos* (Werner Herzog, 2010), que fez 28 mil, os filmes que se encaixam nesta categoria variam de 5 a 10 mil espectadores.

Essas produções, em ambos os países, acabam sendo direcionadas às salas de arte onde esses filmes têm maior chance de dialogar com o seu público e manter-se mais tempo em cartaz. No caso francês, por contarem com uma rede maior de salas que exibem filmes de arte, acaba ocorrendo que esses filmes encontram um pouco mais de espaço nos circuitos, mas ainda assim são lançados em maior quantidade, e portanto, a concorrência por público se amplia praticamente na mesma proporção.

5.1.3 O papel das distribuidoras nos grandes lançamentos

Dentro ainda da distribuição dos documentários, podemos analisar que os sucessos de público têm relação direta com o número de cópias, e por consequência com a extensão do campo abrangido pelo lançamento dos documentários. Em ambos os países, o papel exercido pelas *majors* nos documentários mais assistidos é evidente, além do fato de serem internacionais e capazes de abarcar os potenciais de público em seus países de origem e no exterior.

Propomos então analisar os documentários nacionais e internacionais lançados no mercado brasileiro (2009-2016) e francês (2005-2016)²⁰⁴.

204 O OCA só dispunha desses dados a partir de 2009, mas optamos por manter o período da França maior na comparação, por não julgarmos que isso provocasse nenhuma distorção.

Tabela 33 – Documentários nacionais e internacionais de maior público na França (2005-2016)

Posição	Título	Distribuidora	Nacionalidade	Lançamento	Público
1º	Océans	Pathé Distribution	FR	27. jan. 2010	2.881.350
2º	La Marche de l'Empereur	BVI	FR	26. jan. 2005	1.906.177
3º	Michael Jackson's this is it	Sony Pictures Releasing	US	28. out. 2009	1.548.130
4º	Un jour sur terre	Gaumont	GB	10. out. 2007	1.488.677
5º	Sur le chemin de l'école	The Walt Disney Company	FR	25. set. 2013	1.434.317
6º	Demain	Mars Films	FR	2. dez. 2015	1.137.845
7º	Les Saisons	Pathé Distribution	FR	27. jan. 2016	1.025.748
8º	Une vérité qui dérange	Paramount Pictures	US	11. out. 2006	780.878
9º	Félins	The Walt Disney Company	US	1. fev. 2012	765.944
10º	La Planète blanche	Bac Films	FR	22. mar. 2006	587.222
11º	Taxi Téhéran	Memento Films Distribution	IR	15. abr. 2015	576.196
12º	Merci patron !	Jour 2 Fête	FR	24. fev. 2016	518.203
13º	Chimpanzés	The Walt Disney Company	US	20. fev. 2013	459.952
14º	Le Cauchemar de Darwin	Ad Vitam	FR	2. mar. 2005	427.853
15º	Grizzly	The Walt Disney Company	GB	5. nov. 2014	393.892
16º	Il était une forêt	The Walt Disney Company	FR	13. nov. 2013	376.353
17º	Pina	Les films du losange	FR	6. abr. 2011	357.421
18º	Les Rêves dansants sur les pas de Pina Bausch	Jour 2 Fête	AL	13. out. 2010	349.747
19º	Le Premier cri	The Walt Disney Company	FR	31. out. 2007	339.636
20º	La Famille suricate	Wild Bunch Distribution	GB	15. out. 2008	338.988

Fonte: *Le Marché du Documentaire/CNC*. Elaboração: autora.

No caso francês, por exemplo, verificamos isso nos dois documentários mais assistidos no cinema entre 2005 e 2016, *Océans*²⁰⁵ e *La marche de l'empereur*²⁰⁶, sendo o primeiro distribuído pela francesa Pathé e o segundo pela Buena Vista Social Club. Em terceiro lugar fica o documentário norte-americano *Michael Jackson's this is it*, com 1,5 milhão de espectadores, que contou com um lançamento mundial pela *major* Sony, tendo sido sucesso na França e o mais assistido no Brasil. Outra distribuidora tradicional francesa é a Gaumont, que fica em quarto lugar distribuindo *Um jour sur terre*.

Dentre os 20 documentários mais assistidos na França entre 2005 e 2016, 9 deles foram lançados pelas majors. Se excluirmos a Pathé e Gaumont, que são as maiores empresas do país, podemos elencar as francesas Mars Films, Bac Films, Memento Film Distribution, Jour 2 Fête, Ad Vitam e Les films du losange, assim como a franco-alemã Wild Bunch.

205 *Océans* teve orçamento de 49,6 milhões de euros e 542 cópias. Dados obtidos da plataforma BoxOffice no site: <www.cbo-boxoffice.com>. Acesso em: jun/2017.

206 *La marche de l'empereur* custou 2,3 milhões de euros e contou com 408 cópias. Dados obtidos da plataforma BoxOffice no site: <www.cbo-boxoffice.com>. Acesso em: jun/2017.

Tabela 34 – Documentários nacionais e internacionais lançados no Brasil (2009-2016)

Posição	Título	Distribuidora	Nacionalidade	Lançamentos	Público
1º	Michael Jackson This Is It	Sony	Estados Unidos	2009	712.518
2º	Justin Bieber: never say never	Paramount	Estados Unidos	2011	447.957
3º	Senna	Universal	Reino Unido	2010	216.507
4º	Raul, o Início, o Fim e o Meio	Paramount	Brasil	2012	170.471
5º	Katy Perry: Part of Me	Paramount	Estados Unidos	2012	150.755
6º	O Sal da Terra	Imovision	Brasil, França, Itália	2015	138.202
7º	One direction: this is us	Sony	Estados Unidos	2013	132.509
8º	Chico - Artista Brasileiro	Sony	Brasil	2015	126.376
9º	Jonas Brothers 3D: O Show	Sony	Estados Unidos	2009	105.544
10º	Pina	Imovision	Alemanha	2012	100.085
11º	Justin Bieber's Believe	Diamond Films do Brasil	Estados Unidos	2014	83.077
12º	Uma noite em 67	Videofilmes	Brasil	2010	82.258
13º	Cássia Eller	H2O Films	Brasil	2015	75.133
14º	A Música segundo Tom Jobim	Sony	Brasil	2012	74.901
15º	Bahêa minha vida	Paris	Brasil	2011	74.857
16º	Simonal - Ninguém Sabe o Duro que Dei	Moviemobz/Rio Filme	Brasil	2009	71.056
17º	Tropicália	Imagem	Brasil	2012	70.995
18º	Terra de Maria	Cinemark Brasil	Espanha	2015	68.838
19º	Anderson Silva: Como Água	Califórnia	Estados Unidos	2012	66.741
20º	Aventuras do Surf II	Universal	Brasil	2009	64.017

Fonte: OCA/Ancine. Elaboração: autora.

Da tabela sobre os documentários nacionais e internacionais lançados no Brasil entre 2009 e 2016, podemos visualizar que dentre os 20 documentários mais assistidos no país, metade deles foram distribuídos por *majors*, número próximo ao francês. E se excluirmos as *majors*, com exceção da Diamond films²⁰⁷, todos os demais foram lançados por distribuidoras independentes brasileiras.

Dentre as quatro produções de maior público, contamos com o filme *Raul, o Início, o Fim e o Meio* (2013) que foi distribuído pela Paramount, empresa também responsável pela distribuição de *Vinicius* (2005), documentário mais assistido no cinema entre 1995 e 2016 e que foi um dos precursores da “onda” de documentários sobre música. Isso passa a ser uma tendência a partir do lançamento de *Vinicius* e quem na época estava à frente deste processo na empresa era Jorge Peregrino²⁰⁸. Se verificarmos na tabela, todos os

207 Uma distribuidora que começou suas atividades na Argentina e que conta com uma filial desde 2013 no Brasil (Diamond Films Brasil) tendo como diretor o experiente Marco Aurelio Marcondes. Dispõe uma filial na Espanha e demais países latino-americanos.

208 O filme *Vinicius* foi lançado em salas de cinema e fez 271 mil espectadores. Na época do lançamento quem estava como vice-presidente de distribuição da América Latina da Paramount Pictures era Jorge Peregrino, figura marcante no mercado de distribuição do país. Peregrino foi presidente do sindicato dos distribuidores do Rio de Janeiro e após ter trabalhado na Paramount foi diretor de planejamento da distribuidora H2O Films. Teve larga experiência em funções burocráticas ainda nos anos 70 trabalhando na Embrafilme, Instituto Nacional de Cinema (INC) e Concine. Peregrino esteve à frente da distribuição de *Raul, o Início, o Fim e o Meio* (2013), assim como outros documentários musicais como *Coração Vagabundo* (2009) sobre Caetano Veloso.

lançamentos da empresa foram documentários musicais nacionais ou internacionais, visto que existe um nicho desse mercado para o documentário. A Sony também soube aproveitar a boa onda dos documentários musicais; todos os filmes distribuídos por ela no período foram sobre música.

Dentre esses documentários citados, vale destacar que um conjunto deles é especificamente de música pop e adolescente que buscam igualmente atingir um grupo de espectadores-fãs, que não necessariamente são consumidores de documentários. Dentro deste conjunto estão os filmes *One direction: this is us* (2013), sobre a história da *boyband* norte-americana One Direction; *Justin Bieber: never say never* (2011) e *Justin Bieber's Believe* (2014), ambos sobre o cantor pop Justin Bieber; *Jonas Brothers 3D: O Show* (2009), sobre uma turnê do grupo pop Jonas Brothers; e finalmente *Katy Perry: part of Me*, sobre a cantora Katy Perry. Junto neste perfil de filmes que buscam atingir o conjunto de fãs de um determinado artista podemos citar: *Michael Jackson's This Is It* (2009); *Raul, o Início, o Fim e o Meio* (2012), *Chico - Artista Brasileiro* (2015), *Cassia Eller* (2015) e *A música segundo Tom Jobim* (2012).

Merecem destaque as distribuidoras independentes que conseguiram ficar entre as 20 maiores bilheterias e conseguiram introduzir no mercado nacional filmes que fugissem das temáticas que representam tendências de público. Podemos citar como exemplo a Imovision, de Jean Thomas, que tem um foco no cinema francês e distribui no mercado brasileiro prioritariamente filmes independentes internacionais, a maior parte deles premiados em festivais europeus. Mas também realiza a distribuição de documentários internacionais, e eventualmente alguns nacionais. Podemos citar dois exemplos seus que ficaram entre os 20 mais vistos. O primeiro exemplo é *O sal da Terra* (2015), uma coprodução entre Brasil, França e Itália e indicado do Brasil ao Oscar do mesmo ano sobre o fotógrafo Sebastião Salgado. O filme contou com a direção do premiado Wim Wenders e do filho do fotógrafo, Juliano Ribeiro Salgado. O segundo exemplo é o filme alemão *Pina* (2012), igualmente de Wim Wenders, sobre a importante coreógrafa e dançarina alemã Pina Bausch.

Ainda podemos citar duas empresas fundamentais para o mercado nacional do documentário, que são a Riofilme e Videofilme. São as que mais contribuíram na produção de documentários que chegaram às salas, assim como na sua distribuição. Os filmes por elas distribuídos que ficaram em os 20 mas vistos são *Uma noite em 67* (2010) e *Simonal - Ninguém Sabe o Duro que Dei* (2009), também sobre música.

Se os documentários francês e brasileiro chegam em maior número nas salas de cinema de seus respectivos países, estes são em geral lançados em poucas salas, ficam praticamente restritos às salas de arte, alcançam sucessos de público apenas em caráter excepcional, e têm encontrado dificuldades de alcançar bilheteria que lhe permitam seguir em cartaz por muitas semanas.

5.2 A circulação do documentário na França

5.2.1 *Sunny side of the doc* – O documentário de mercado e a indústria da televisão

A proposta aqui é apresentar um pouco do funcionamento do *Sunny Side of The Doc*, um evento focado em documentários feitos para a televisão. Não é o único evento deste tipo na França²⁰⁹, mas é um dos mais importantes focado no gênero.

Realizado anualmente na cidade de La Rochelle, o festival completou 29 anos em 2018. Ele começou na cidade de Lyon, com o nome de La Biennale Européenne du Documentaire, depois passou a ser na cidade de Marseille, para finalmente chegar a La Rochelle, onde se mantém até hoje.

Mesmo que haja predominância de membros de países europeus no evento, o festival conta igualmente com a presença da América no Norte, representada pelos Estados Unidos e Canadá, além de alguns países da América do sul, que, dependendo da edição, enviam suas delegações. O Brasil tem participado com regularidade nos últimos anos.

Segundo Yves Jeanneau²¹⁰, CEO e fundador do *Sunny Side of the Doc*, este nasceu do cenário de falta de espaço para o documentário que havia nos anos 1980. Nesse período o diálogo entre a produção independente e os canais públicos ou estatais era quase inexistente. Isso se devia ao fato de que as televisões estatais concentravam toda a realização de seus conteúdos dentro de suas estruturas. Os produtores independentes estavam fora do sistema neste período, sendo que boa parte de suas obras circulava em cineclubes e era produzida de maneira coletiva.

²⁰⁹ Podemos citar igualmente MIPCOM que acontece em Cannes.

²¹⁰ Yves Jeanneau é fundador e comissário-geral do mercado Sunny Side desde 1989 e do Asian Side of the Doc desde 2010. Foi co-fundador e diretor da produtora francesa Les Films d'ici de 1984 a 2000. Trabalhou como produtores de filme como *"Murder on a Sunday Morning"* (2001) de Jean-Xavier de Lestrade, ganhador do Oscar de melhor documentário em 2002, assim como *"Chile, la memoria obstinada"* (1997) e *"O caso Pinochet"* (2001) ambos dirigidos por Patricio Guzman. Além disso escreveu os livros *La Production Documentaire* (1997) e *Filmer le réel: De la production documentaire en France* (1987).

Foi no governo Mitterrand, com o surgimento dos canais Canal Plus e Arte, que houve uma mudança de paradigmas, pois esses canais passaram a trabalhar com os produtores independentes e dessa forma colaboraram para que eles se desenvolvessem. Os canais perceberam aos poucos que os produtores independentes “eram mais criativos, mais rápidos, mais baratos e mais eficazes do que o serviço integrado da televisão”, visto que havia pouco espaço de criação e a repetição estava presente. Com a entrada em cena dos independentes, veio igualmente a tecnologia que eles usavam na época, que era mais leve e moderna que aquelas utilizadas pela televisão (JEANNEAU, 2017). Neste processo as produtoras independentes foram se transformando, se profissionalizando e internacionalizando, assim como os distribuidores, e o Sunny Side tornou-se um espaço importante de encontro desses profissionais.

Nesse sentido, o Sunny Side nasceu em parte desta reivindicação do setor por espaço na televisão, pela busca da profissionalização deste mercado, de sua internacionalização, e buscando, a partir daí, “unir documentaristas de vários países para que isso se tornasse uma força [...] criar uma comunidade (JEANNEAU, 2017).

Atualmente o Sunny Side of the Doc reúne canais de televisão de várias partes do mundo, distribuidores, criadores e compradores de conteúdo, diretores, produtores, membros de associações ligadas ao documentário, o CNC, entre outros, sendo essa reunião de profissionais fundamental para propiciar as coproduções. É igualmente um local para estabelecer importantes parcerias de mercado, firmar acordos, assim como para lançar e apresentar estudos importantes sobre o setor (como o estudo realizado pela Sociedade Civil de autores Multimídia – Scam “*Do que vivem os documentaristas?*”, ou ainda aquele organizado pela Associação Filme da Bretanha intitulado “*Produção documental, um olhar hexagonal*”). É também um espaço para o CNC dialogar com o setor e trazer questões sobre a política audiovisual e suas eventuais reformas²¹¹.

O Sunny Side of the Doc reúne anualmente, segundo os organizadores, aproximadamente 2 mil pessoas, que durante o evento, que dura normalmente cerca de quatro dias, participam das apresentações dos projetos dos canais de televisão e das reuniões e

211 A título de comparação podemos citar no Brasil como exemplo o Rio Content Market, evento mais importante que dispomos, que embora não seja específico do gênero, é um local que reúne anualmente no Rio de Janeiro produtores diretores, investidores, canais de televisão, nacionais e internacionais. Em 8 de março de 2017, por exemplo, foi o local utilizado pela presidente do CNC, Frédérique Bredin, para a assinatura do protocolo entre o órgão francês e a Ancine que é uma extensão do acordo de coprodução que já existe no cinema desde 2010. Na América Latina há ainda Ventana Sur, que acontece anualmente na Argentina focando em mercado latino americano. Foi criado pelo INCAA e o Marché du Film de Cannes com apoio do Europa Creativa (Creative Europe Media) Comissão Europeia.

discussões que são realizadas com esses canais. Paralelamente acontecem as apresentações dos filmes através dos pitchings²¹², onde são avaliados por uma comissão de pessoas de vários canais de televisão a fim de firmar coproduções e assim complementar o orçamento. E por fim são escolhidos dentre os filmes dos pitchings aqueles que levarão prêmios. Existe ainda um espaço destinado a novas tecnologias e realidades virtuais, buscando dialogar com outras telas possíveis além da televisão e do cinema.

Segundo Jeanneau, a partir de 2010 passaram a crescer no campo do documentário mercados internacionais, os quais na sua perspectiva poderiam ser expandidos. Havia um potencial de crescimento através da coprodução nos mercados latino-americano e asiático. Criou-se então o *Latin Side of the Doc* e o *Asian Side of the Doc*. O primeiro ocorreu em parceria com o *DocBuenosAires*²¹³, no entanto não prosperou, na percepção de Jeanneau, por conta de certo protecionismo que os mercados têm de se fechar em sua própria economia e por isso as trocas acabam não sendo feitas. Hoje há na América Latina, por exemplo, o já citado *DocBuenosAires* e igualmente o *DocMontevideo*²¹⁴ e o *ChileDoc*²¹⁵, bons exemplos de eventos que abarcam profissionais de todos os setores e têm uma perspectiva de buscar contribuir com o negócio, com o mercado do documentário, assim como de apresentar uma perspectiva de formação. Em São Paulo, a partir de 2016 passamos a contar com o *DOCSP*, uma iniciativa da SPCINE que conta com encontros internacionais, espaços de reflexão sobre o gênero, uma parte destinada a treinamento e formação para projetos pré-selecionados, assim como focado em mercado através de rodadas de negócios entre os produtores/diretores com representantes de canais de televisão, além de contar com um espaço de exibição de alguns filmes.

O Sunny Side representa um local para o documentário da televisão onde circulam agentes do mercado ativo do gênero, com filmes de vários países, que contam na maior parte com orçamentos robustos, constituídos principalmente de coproduções. A tecnologia é um

212 Pitching é uma apresentação da ideia do projeto, uma “defesa oral”, momento em que o produtor ou diretor têm para convencer seus possíveis investidores, patrocinadores, que seu filme deve receber o investimento. No Sunny Side devem seguir as seguintes temáticas: Arte e cultura; cultura e criação digital; História, Ciência, Interesse social e humano e por fim, Natureza e vida selvagem. Podemos citar como exemplo o filme brasileiro “*Povo da Floresta*” de Rafa Calil que em 2017 participou do pitching na sessão interesse humano e social com um filme sobre Chico Mendes.

213 Doc Buenos Aires evento anual focado no mercado de documentário e numa mostra de filmes.

214 O Docmontevideo é um encontro anual de documentário das TVs latino-americanas. Atua nas áreas de Formação, Mercado Networking e Exibições com foco na produção de documentários latino-americanos. Participam profissionais do audiovisual, de canais de TVs nacionais e internacionais.

215 O ChileDoc é uma organização privada que nasceu em 2010, a partir de necessidade de apoiar a comercialização, difusão e distribuição de documentário chileno no Chile e no mundo.

fator presente nos projetos apresentados, assim como nos filmes que circulam nas revistas e no material oferecido pelos canais durante o evento. Segundo Yves, o perfil dos documentários de Sunny Side foge ao modelo de documentário autoral, para ele, os documentários televisivos devem conversar com um maior público.

Ao contrário [dos filmes de autor], os filmes de coprodução são muito elaborados. Eu falo do que chamamos em inglês de “specialist factual”, são então os filmes de história, de ciência, de descoberta, de arte e cultura... Que são filmes muito elaborados no nível da escritura, mas que se destinam a grandes públicos, não somente a um público nacional – e a maior parte dos filmes de autor se destinam a um público nacional. Se eu não sou alemão, tenho muita dificuldade em entender um filme de autor feito por um realizador alemão, porque ele vai codificar seu filme ancorando-se em sua cultura, o que às vezes torna as coisas extremamente difíceis. O mesmo se dá para um realizador francês, latino etc. Então os outros filmes são feitos para públicos quase universais, com meios técnicos complexos, sofisticados... Vai-se utilizar imagens de arquivo, custa caro ; imagens sintetizadas, custa caro ; filmagens feitas pelo mundo, custa caro. É por isso que esses filmes têm orçamentos grandes, que precisam de coprodução, que têm grande qualidade de escritura e técnica. E são esses filmes que fazem o mercado televisivo. São esses filmes que no Sunny Side você vê fazendo pitchings. Estamos na fronteira entre essa qualidade e a escritura de autor. O Sunny Side é a articulação entre esses dois mundos. (JEANNEAU, 2017).

Dessa maneira, o Sunny Side busca ser um polo para o documentário televisivo, que procura ampliar esta economia traçando parcerias internacionais.

5.2.2 Lussas – Uma estrutura para o documentário autoral

A Associação de Ardèche foi criada em 1979 no departamento de mesmo nome, no sudoeste da França, na pequena cidade de Lussas, de 1150 habitantes e uma economia baseada fundamentalmente na agricultura e na vinicultura. A iniciativa de Jean-Marie Barbe e mais alguns amigos que realizavam e produziam documentários na região tinha o objetivo de criar um local para se pensar e produzir documentários autorais. Antes de entrar na estrutura que existe atualmente em Lussas, porém, é importante falar sobre Jean-Marie Barbe, que foi a figura central para que tudo ocorresse. Através de sua biografia podemos entender os caminhos que tornaram a cidade de Lussas um polo para o documentário autoral.

Barbe nasceu na própria cidade. Filho de comerciantes locais e de uma tradição familiar socialista, ainda na juventude se aproximou do cinema através do cineclube. Formou-se em sociologia e ciências técnicas da comunicação e nos anos 1970 envolveu-se com movimentos anarquistas-socialistas-sindicalistas, e foi neste momento que teve seu primeiro

contato com o documentário político. Foi entre os anos de 1978-1979 que realizou seu primeiro filme sobre sua região. No final dos anos 80 fundou com amigos a Associação Le Blayou, que foi a origem da Associação Ardèche Imagem, criada um ano depois. O objetivo era a defesa do documentário e a luta contra o centralismo parisiense. Para tanto criaram um festival chamado País e Região, que apresentava filmes da região. O festival trazia filmes com temáticas como ecologia, lutas das mulheres e minorias regionais.

Na sequência, Barbe criou a SARL Ardèche Imagem Produções para poder realizar seus próprios filmes e de profissionais da região, assim como uma rede de cinemas itinerantes cujo objetivo era a exibição de filmes em locais rurais. Estará junto na criação da Bande à Lumière em Paris a fim de ampliar os auxílios ao documentário, de criar futuramente os *Estados Gerais do Filme Documentário*, evento que será tratado na sequência. Segundo ele conta em entrevista a Jeanneau:

Há uma matriz comum ao Sunny Side e aos Estados Gerais: é uma estrutura associativa que se chamava La Bande à Lumière, que gerou essas duas manifestações, que se rachou e gerou essas duas manifestações: de um lado, a necessidade de afirmar que o documentário era uma produção profissional, que era preciso levar em conta a economia e a geografia nacional, e que deu origem a Lyon e depois Marseille; do outro lado, os Estados Gerais, que afirmavam que “é preciso ver os filmes de uns e de outros, é preciso ter um tempo de reflexão, porque o ofício de produção nos faz esquecer uma parte do nosso trabalho”. (JEANNEAU, 1997, p. 245).

Atualmente a Associação Ardèche reúne na cidade de Lussas um polo do documentário, um local que promove o desenvolvimento e a reflexão sobre o documentário autoral através de um conjunto de estruturas que foram desenvolvidas ao longo dos anos. Primeiramente, a associação criou no final dos anos 1980 os *Estados Gerais do Filme Documentário*, um evento dedicado ao documentário e à sua exibição. Na sequência, foi criada uma escola destinada ao gênero (*L'École documentaire*), e sua reprodução é feita em outros continentes (*Africadoc*); depois, um projeto focado em circulação, distribuição e exibição de documentários na região (*As Telas do Doc*); e finalmente um espaço catalogação e conservação de obras documentais, a *Casa do Documentário*.

Conjuntamente a esses quatro pilares, foi desenvolvido um site dedicado a informações sobre documentários autorais, o Film-documentaire.fr, além de um conjunto de projetos: uma estrutura destinada à edição e distribuição de DVDs de documentários autorais,

o programa História(s) para ver (*Histoire(s) de Voir*); o *DocNetFilms*²¹⁶, uma estrutura que realiza projeções de documentários autorais pelo departamento de Ardèche; o Luzes do Mundo (*Lumières du Monde*), que reúne produtores de várias partes do mundo para a realização de coproduções; e a associação *En Rachachant*, formada por diretores formados pela *Escola do Documentário* e que propõe ateliês práticos de realização de documentários.

Juntamente às demais estruturas, fazem parte da associação as empresas *Os Filmes da Caravana* (*Les Films de la Caravane*), uma produtora dedicada a filmes de autor e de jovens realizadores; *Andana Films*, uma distribuidora de documentários de autor, que conta com um catálogo de filmes organizados por temáticas, os quais podem ser comprados ou assistidos através de sua própria plataforma de VoD; *Ardèche Imagem Produções*, já mencionada, que é dirigida por Jean-Marie Barbe e produz uma média de 5 documentários autorais por ano de diretores estreantes e que são posteriormente projetados para o público na casa dos moradores da região – eventos organizados pelo *DocMonde*²¹⁷ (que engloba vários programas internacionais de formação de diretores e produtores). Finalmente, a associação conta ainda com sua mais recente criação, a plataforma *Tënk*, uma plataforma de SVoD dedicada ao documentário autoral.

No total a “*Village du Documentaire*” conta com 16 estruturas: *Association Ardèche Images*, *Les États Généraux du Film Documentaire*, *L'École du Documentaire*, *Africadoc*, *Les Toiles du Doc*, *Maison du Documentaire*, *Film-documentaire.fr*, *Histoire(s) de voir*, *DocNetFilms*, *Lumière du Monde*, *En Rachachant*, *Les Films de La Caravane*, *Andana Films*, *Ardèche Imagem Produções*, *DocMonde* e *Tënk*.

Podemos começar pelos cinco pilares centrais que foram desenvolvidos ao longo dos anos pela Associação Ardèche Imagem, (1) *Os Estados Gerais do Filme Documentário*; (2) a *Escola do Documentário*; (3) o *Africadoc*; (4) *As Telas do Doc* e (5) a *Casa do Documentário*.

a) Os Estados Gerais do Filme Documentário

Criado em 1989, reúne por uma semana, no mês de agosto²¹⁸, profissionais do setor audiovisual, como diretores, produtores, distribuidores, associações e grupos ligados ao

216 Jean Barbe criará junto com Arnaud de Mezamat (Abacaris Filmes) o Docnet que busca transformar os documentários em DVD.

217 A Docmonde foi criada em 2012. Trata-se de um organismo que desenvolve programas de formação para diretores, produtores, assim como encontros de coprodução em locais como Colômbia, Equador, Argélia, Senegal, Turquia, Indonésia, entre outros. O objetivo é acompanhar a criação dos documentários.

218 Em 2017 pudemos acompanhar presencialmente o festival, que aconteceu entre 20 a 26 de agosto.

documentário, assim como estudantes de cinema e audiovisual, acadêmicos e interessados em assistir a produções documentais provenientes de várias partes do mundo.

Nessa uma semana, o cenário da pequena cidade de Lussas muda completamente. O reduzido comércio local – uma única padaria, um mercadinho, um cabeleireiro, três pequenos restaurantes – é invadido por um conjunto de aproximadamente 5 mil pessoas²¹⁹ que se deslocam para o local todos os anos, quintuplicando a população da cidade. O evento mobiliza para a economia da cidade e arredores, só durante a semana do evento, um montante em torno de 300 mil euros²²⁰.

A inscrição no evento pode ser feita para os sete dias de programação, e dá direito a participar de dois seminários (descritos abaixo), assistir a todos os filmes disponíveis no evento, e permite acesso a uma videoteca que dispõe de uma coleção de documentários que podem ser vistos com horário marcado. Dela fazem parte tanto documentários clássicos quanto atuais, mas principalmente os filmes que foram exibidos durante o festival, o que a torna também um local de reprise.

O evento separa a sua programação em três tópicos: seminários, programa e encontros profissionais. Os seminários/ateliês duram dois dias inteiros e são sobre uma temática escolhida a cada ano. São selecionados filmes e convidados os diretores e produtoras das obras analisadas para um debate. Os ateliês são comandados por um teórico ou crítico especialista no período analisado que, junto com o realizador, coordena as exposições e debates.

No evento de 2017, os temas dos seminários foram *Memórias dos territórios*²²¹ e *Territórios da memória*²²². Durante eles, foram projetadas as obras, havendo uma longa discussão na sequência, mesclada com intervenções mais teóricas por parte dos responsáveis pelas mesas. São convidados realizadores que vão comentar os filmes projetados (seus próprios ou de terceiros), apresentando suas visões e pontos de vista sobre a temática em questão, com participação do público.

Na sequência, há a programação propriamente dita, cujos tópicos também variam de ano a ano. Em relação às edições anteriores, podemos citar os programas *Experiência do olhar*, no qual são apresentados documentários, na maioria franceses, em sessões com a

219 BARBE, Jean-Marie. Informação fornecida por e-mail.

220 *Ibid.*

221 Neste ateliê em 2017 estiveram presentes os realizadores Christian Barani, AudeFourel, Arnaud Lambert, Laurent Pellé et Pierre-Yves Vandeweerd.

222 Neste ateliê em 2017 estiveram presentes os realizadores Ruth Beckermann, Susana de Sousa Dias et Sergueï Loznitsa.

presença do diretor ou produtor para um debate com o público; *História do doc*, programa com uma perspectiva histórica, onde a cada ano são apresentados documentários de um determinado período, escola ou país²²³; e ainda *Na rota do documentário*²²⁴, também sobre um país específico.

Há igualmente o programa *História(s) para ver*, que propõe projeções de documentários autorais pela região e proximidades de Lussas, muitas vezes dentro da casa de moradores. Ainda dentro da manifestação há uma programação do já citado *Docmonde*, que seleciona documentários resultantes dos programas de formação oferecidos pela Associação Ardèche em vários locais do mundo. São esses programas: *Africadoc*, que ocorre na Argélia e no Senegal; o *Euroasia*, que ocorre no Cáucaso, na Ásia central, Rússia, Armênia, Geórgia e Turquia; o *Doc Oi*, que contempla Madagascar, Comores, Reunião, Maurício e Seychelles; *DocAmazonia*, que engloba Guiana Francesa, Haiti, Martinica e Suriname; e finalmente o *Asiadoc*, realizado na Birmânia, Brunei, Camboja, Indonésia, Laos, Malásia, Filipinas, Singapura, Tailândia e Vietnã. Essas sessões também são preferencialmente com a presença dos diretores ou produtores dos documentários e coordenadas pelo criador do festival, Jean-Marie Barbe, e pela diretora Madeline Robert²²⁵.

Anualmente há uma programação chamada *Fragmentos de uma obra*, que a cada edição busca focar na filmografia de um realizador. Em 2017, por exemplo, foi escolhido Guy Sherwin²²⁶ e Peter Nestler²²⁷. Há programações propostas por produtoras, instituições e

223 Por exemplo, em 2015 o país escolhido foi o Brasil, *História do documentário*. Site: <<http://www.lussasdoc.org/etats-generaux,2015,503.html>>. Acesso junho 2018. Em 2017 foi o documentário polonês com sessões comentadas por programador, historiador e crítico Federico Rossin.

224 Em 2016 foi o Brasil o país escolhido para a Rota do documentário Brasil. Site: <http://www.lussasdoc.org/etats-generaux,2016,535.html>>. Acesso em outubro de 2017. Em 2017 tratou-se do Líbano, onde o público teve acesso a filmes que foram realizados recentemente e que dialogam com o momento em que o país vive, como o caso de “*Nesta terra responsam os meus*”(2015) filme Líbano/Francês de Reine Mitri, documentário que foi censurado no país, ou ainda a trilogia autobiográfica de Mohamed Soueid “*Tango of Yearning*”(1998), “*Nightfall*”(2000) e “*Civil War*”(2002). Este programa busca apresentar uma filmografia documental que desperte para a reflexão sobre a história de um país. Os filmes foram apresentados em sessões comandadas pela libanesa Carine Doumit que é diretora de documentários e pelo produtor e co diretor do evento Estados gerais do Documentário de Lussas, Christophe Postic, além de alguns realizadores dos filmes selecionados como Chaghig Arzoumanian, Reine Mitri, Ghassan Salhab, Mohamed Soueid et Fadi Yeni Turk (sous réserve). Este programa teve o apoio da Fundação do Líbano de cinema (Fondation Liban Cinema) e do Instituto francês do Líbano (l’Institut français du Liban).

225 Madeline Robert trabalha com documentários a alguns anos e se estabeleceu em Lussas em 2008. Em 2011 co-funda o Filmes da Caravana (Les Films de la caravane), onde segue trabalhando. Em 2012 criou o Doc Corner, um espaço dedicado a filmes documentários no Festival de Cannes. Desde 2014 esta trabalhando no Vision du Réel - Festival Internacional de Cinema de Nyon na Suíça.

226 Guy Sherwin estudou pintura na Chelsea School of Art, tendo depois começado a trabalhar com filmes, sendo seus trabalhos mais recentes incluem instalações realizadas com exposições em espaços, assim como performances colaborativas com Lynn Loo.

227 Peter Nestler é cineasta alemão seus principais filmes foram “Spanien” (1973), “Pachamama – Unsere Erde” (1997) e “AmSiel” (1962).

associações que são fundamentais para o documentário autoral e para a existência dos *Estados Gerais do Filme Documentário*, pois são colaboradores, apoiadores e patrocinadores do evento. São, por exemplo, a Sociedade dos autores, compositores e editores (Sacem)²²⁸, a Sociedade Civil dos Autores Multimídia (Scam) e o CNC.

A Sacem realiza durante a semana do festival alguns encontros que buscam valorizar o papel da música nos filmes²²⁹. A Scam organiza o dia *Brouillons d'un rêve* (Rascunhos de um sonho)²³⁰, nome dado a uma bolsa oferecida por eles para profissionais que buscam trabalhar a escrita do documentário, principalmente para projetos de caráter experimental. Durante o evento, são exibidas algumas obras que receberam esta bolsa para escritura. Ainda durante a manifestação, há uma parte dedicada ao rádio, intitulada a *Noite do rádio*, onde se propõe a experiência para os participantes de escutar coletivamente programas de rádio oriundos dos arquivos do Instituto Nacional do Audiovisual²³¹ (I'Ina).

Finalmente, é importante mencionar que há também na manifestação os *Encontros profissionais*, dos quais o CNC participa todos os anos e cujo foco são discussões sobre o mercado audiovisual, com ênfase no documentário. Nesses encontros são promovidas mesas com profissionais do CNC sobre as suas linhas de auxílio e mecanismos de apoio ao documentário, assim como discussões sobre o documentário autoral, as condições de trabalho, questões atuais sobre a situação política do documentário, contanto sempre com a presença de profissionais do setor. Em 2017, um dos aspectos apresentados foi uma discussão proposta pelo grupo *La Boucle Documentaire*, uma rede de 15 organizações ligadas direta ou indiretamente ao documentário que propuseram apresentar e explicar a Reforma da Cosip. Ainda dentro do tópico de *encontros profissionais*, há alguns que são fixos na programação, como é o caso do *Escrever e desenvolver um documentário autoral*, onde há um ateliê realizado pelo CNC para auxiliar neste processo de escrita, utilizando-se de alguns filmes já realizados como referência, como estudo de caso, que receberam auxílio do CNC, contando com a presença do diretor e produtor dos filmes em questão.

Ao longo do evento ainda acontecem outros quatro tipos de eventos que buscam aprofundar a profissionalização daqueles que trabalham com o documentário autoral:

228 Sacem site: <https://www.sacem.fr/> Acessado em outubro de 2017

229 Em 2017 foram os diretores e compositores Antoine Danis et Sylvain Marty que foram os convidados e apresentaram os seus projetos, e como em todos os anos haverá a escolha do melhor documentário musical de 2017 que será exibido e contará com a presença do diretor.

230 Detalhes do regulamento do Bourse Brouillon d'un rêve disponíveis no site: http://www.scam.fr/Portals/0/Contenus/documents/appel_candidatures/Bourses/ReglementBDR.pdf. Acesso em: jul/2018.

231 Instituto Nacional do Audiovisual site: <http://www.ina.fr/> Acesso em setembro de 2017.

a) Atividades da Associação *Imagem na Biblioteca*, que juntamente à *Casa do documentário* e ao *Vidéo Les Beaux Jours*²³² realiza um estágio dedicado a bibliotecários²³³ e responsáveis pelas compras de acervos audiovisuais, no sentido de capacitar esses profissionais.

b) Encontros com a *Red* (Rede de troca e de experimentação pela difusão do cinema documentário), que reúne festivais de cinema, salas de cinema e associações, com a função de auxiliar na distribuição do documentário.

c) Reuniões com o grupo *Estágio Festival Conexão*, uma rede de festivais de cinema da região que realizam estágio para voluntários e pessoas que se envolvem na realização destes eventos, a fim de oferecer um aprofundamento sobre a história do documentário, seus movimentos e tradições, e aprimorar a profissionalização desses agentes para atuarem neste setor.

d) E finalmente os *Encontros de agosto*, que serão detalhados no item sobre a *Escola do documentário*. Tratam-se de encontros profissionais entre diretores e produtores que tiveram seus projetos de filmes pré-selecionados, e que dispõem de encontros com profissionais do mercado audiovisual para promover um intercâmbio e ampliar as coproduções.

Durante todos os dias do festival, acontecem paralelamente um conjunto de exhibições de filmes em estruturas especialmente montadas para o evento. No total há seis locais de projeção: uma sala de cinema fixa da cidade, quatro salas onde são colocados projetores, além de uma sessão ao ar livre. Esta última é a única realizada em uma área externa aberta, e portanto acontece à noite. Algumas sessões são realizadas na casa dos moradores de Lussas, e ainda é possível assistir aos filmes da videoteca nos computadores da Casa do Documentário.

Outro ponto interessante e fundamental para o funcionamento deste festival são os voluntários. Há um número bastante grande de jovens, segundo Jean-Marie Barbe, entre 120 e 140, que trabalham em vários setores durante o evento. O voluntário pode assistir livremente a tudo que há no evento conforme a sua disponibilidade em função do trabalho realizado, tendo acesso a alojamento no *camping* e a alimentação diária. Os trabalhos oferecidos podem ser desde a redação de um jornal diário distribuído no local, sobre o dia-a-dia do festival, até

232 Vidéo Les Beaux Jours é uma associação da Alsácia que desde 1992 que atua na preservação e na exposição da produção regional. Conta igualmente com um centro de pesquisa dedicado ao documentário e a produção regional. Mais informações Site: <<https://www.videolesbeauxjours.org/>> Acesso junho 2018.

233 Neste caso aqui tratado são profissionais responsáveis pelos setores de mídia das bibliotecas.

funções de atendimento na bilheteria das sessões, recepção do público, acompanhamento das salas, entre outras.

b) *A Casa do Documentário*

A *Casa do Documentário* foi criada em 1994 como consequência da dinâmica de produção e distribuição de documentários na região. Ainda em 1989, a associação “*La Bande à Lumière*”, em uma parceria com a associação *Ardèche Images*, realizou a primeira edição dos *Estados Gerais do Filme Documentário*. Na época a associação criou uma seleção chamada “o documentário francês de hoje”, que reunia os documentários disponíveis para aquela edição para o acesso do público.

No ano seguinte, os profissionais da região Bernard Duflau, Claude Petitjean et Geneviève Rousseau organizaram uma videoteca com os filmes que circularam no evento. Isso foi o início de um banco de dados dos filmes documentais, e a origem da *Casa do Documentário*, que se daria em 1994. Foi cinco anos depois que a *Associação da Casa do Documentário* se fundiu com a associação *Ardèche Images*.

A *Casa do Documentário* conta com um banco de dados amplo, que atualmente possui aproximadamente 40 mil títulos²³⁴ de documentários, sejam produções mais antigas ou mais recentes. Este acervo é montado com base nos filmes apresentados a cada ano nos *Estados Gerais do Filme Documentário*, assim como em filmes dos principais festivais do gênero e obras de profissionais que trabalham no setor. A pesquisa pelos filmes pode ser feita diretamente pelo site da *Casa*. Em 2011 foi criado um banco específico para documentários africanos²³⁵.

Outro aspecto interessante e notável no trabalho desenvolvido pela *Casa do Documentário* é que eles possuem uma videoteca para consulta especializada em documentário que armazena 17 mil filmes. Neste caso são predominantemente francófonos e realizados depois de 1993, mas também há alguns clássicos. Trata-se do *Club Du doc*, hoje intitulado *Docfilmdepot*, acervo que pode ser acessado no próprio local ou a distância. O acesso no local da videoteca é liberado aos habitantes de Lussas e arredores, assim como àqueles que pagam uma anuidade para serem “sócios”, valores que vão de 10 a 50 euros²³⁶.

²³⁴ Último dado era de 40.657 filmes. Acesso em outubro de 2017.

²³⁵ Acesso: site: <<http://www.africadocnetwork.com/>>. Acesso em outubro de 2017.

²³⁶ Adesão individual é de 15 euros, 50 euros se for uma empresa e 10 euros se for estudante, morador de Lussas ou apresentar justificativa de baixa renda.

A *Casa do Documentário* oferece um serviço de auxílio para pesquisadores que buscam informações mais detalhadas sobre algum filme, diretor ou período, visto que além dos filmes, dispõe de um acervo de livros, revistas e catálogos especializados em documentário. Oferece-se igualmente uma assessoria para montar projeções públicas, festivais ou mostras, o que inclui desde a parte técnica e logística até o auxílio para negociar o aluguel de cópias do filme junto ao detentor dos direitos de exibição (seja ele o diretor ou o produtor), a montagem da programação, a organização de debates ou discussões nas sessões. Essa assessoria se dá em geral por meio de uma rede de contatos de que a casa dispõe e de profissionais e teóricos que podem abordar diferentes assuntos²³⁷. A casa exerce portanto um trabalho de “facilitadora” para aqueles profissionais, acadêmicos e interessados que busquem trabalhar de alguma maneira com o documentário. Associada à Biblioteca Nacional Francesa (Bnf) desde 2015, A *Casa do Documentário* é responsável por receber a cópia legal de um filme²³⁸, sendo que este será posteriormente destinado à biblioteca, que irá catalogá-lo e armazená-lo em seu acervo. Desta maneira o filme estará acessível para consulta na Bnf, assim como na própria instituição. É uma parceria que articula dois níveis, local e nacional.

A *Casa do Documentário* trabalha igualmente em parceria com o *Mês do Filme Documentário* (tratado no próximo item), que é um evento nacional específico do documentário, que engloba em média 2 mil estruturas de exibição de documentário por toda a França, passando por bibliotecas e escolas. Para ampliar seu banco de dados sobre o documentário, outra parceria foi firmada em 2007. Junto ao *Doc Net*, instituição estabelecida em Lussas que atua na distribuição de documentários independentes em DVD, lançou no ano seguinte.

O site *Film-documentaire.fr*, que reúne um conjunto bastante amplo de informações sobre documentários, tais como: sinopse, equipe técnica, prêmios e contato. O foco principal são produções francófonas. As buscas podem ser realizadas pelo título da obra, diretor, compositores, produtora, festivais, entre outros.

No item anuário, por exemplo, dispõe-se uma lista de instituições e associações²³⁹ ligadas às seguintes subdivisões: auxílio a financiamento, distribuidores, editores de DVD, formação, instituições públicas, associações, organismos profissionais, imprensa audiovisual e

237 Existe por exemplo uma seleção de filmes com temáticas infantojuvenil. Mais detalhes no site: http://www.lussasdoc.org/selection_jeune_public,315.html. Acesso novembro de 2017.

238 O depósito legal é obrigatório e gratuito. Através deste depósito o Estado se torna proprietário do suporte depositado, mas não aos direitos que pertencem ao filme.

239 Contam com 436 instituições cadastradas. Informações coletadas no site: <http://www.film-documentaire.fr>. Acesso novembro de 2017.

cinema²⁴⁰, pesquisa²⁴¹, empresas de gestão coletiva²⁴² e empresas que trabalham com VoD. Já no item “escritos”, encontra-se uma seleção bibliográfica²⁴³ sobre audiovisual, revistas²⁴⁴, catálogos²⁴⁵ e artigos²⁴⁶.

Outro evento regional ligado ao polo de Lussas e que propõe a exibição de documentários em salas de cinema anualmente é *A Primavera do Documentário*²⁴⁷. O evento é organizado pela Associação de salas de cinema da região de Rhône-Alpes que se chama *Telas* e organiza de março a maio uma programação de documentários. Cada sala²⁴⁸ é autônoma para montar a programação e não há a necessidade de serem lançamentos.

c) *A Escola do Documentário*

Há igualmente em Lussas uma preocupação com uma formação direcionada a documentários autorais. A escola de formação em documentário nasce com esse objetivo, focando nas áreas de escritura, realização e produção. A formação oferecida é intitulada *Mestrado 2* em documentário de criação (*Master 2 documentaire de création*), que se dá através de uma cooperação entre a Escola de documentário de Lussas e a Universidade de Grenoble Alpes²⁴⁹. O início da formação é em agosto, durante os *Estados Gerais do Filme Documentário*; as aulas práticas são ministradas em Lussas, e as teóricas, na universidade de Grenoble.

Esta relação entre a escola e os *Estados Gerais do Filme Documentário* é importante pois a proposta da formação é também colocar os alunos em contato com tudo que o evento oferece. Após a etapa teórica, os alunos estão aptos a escolher entre produção, em média seis alunos, ou realização, em média doze alunos, ambas ministradas em Lussas.

Durante a formação, um dos principais focos é a realização do projeto de um filme de baixo orçamento, o que é uma realidade do documentário autoral, buscando enquadrá-lo

240 Revistas e jornais especializados com foco no documentário.

241 Sites onde podemos encontrar estudos e pesquisas a respeito do setor audiovisual e bibliotecas.

242 Empresas que atuam no setor como por exemplo a Scam e Sacem.

243 Contam com 114 obras cadastradas, algumas disponíveis para baixar outras com a referência de em qual biblioteca encontrar. Informações coletadas no site <http://www.film-documentaire.fr>. Acesso novembro de 2017.

244 Contam com 59 revistas cadastradas. Informações coletadas no site <http://www.film-documentaire.fr>. Acesso novembro de 2017.

245 Estudos realizados por instituições e associações, guias, assim como catálogos de festivais. Informações coletadas no site <http://www.film-documentaire.fr>. Acesso novembro de 2017.

246 Textos e artigos publicas em revistas ou catálogos de festivais, assim como entrevistas. Informações coletadas no site <http://www.film-documentaire.fr>. Acesso novembro de 2017.

247 Site da evento A primavera do documentário: <http://www.printempsdocumentaire.com/>. Acesso novembro de 2017.

248 A associação reúne 42 locais de exibição.

249 Universidade Grenoble Alpes. Site: <http://www.univ-grenoble-alpes.fr/>. Acesso junho 2018.

nos modelos disponíveis de distribuição para uma produção independente, que é exatamente a produção que circula durante os *Estados Gerais do Filme Documentário*. Há também uma formação focada em produção, ministrada por profissionais do campo da realização, produção e distribuição, cujo foco é trabalhar o papel desenvolvido por um produtor na realização de um documentário autoral – desde sua relação com o autor, o acompanhamento de todo o desenvolvimento do filme, até as fases de distribuição e venda, buscando equalizar os elementos artísticos e econômicos que uma obra com esse perfil demanda.

Dentro da formação proposta pela escola há igualmente as *Residências* – que são programas de formação para a escrita de documentário, onde é proposta uma série de exercícios ao longo deste processo, sendo as aulas coordenadas por convidados, como diretores e produtores. Outro aspecto interessante desta formação é que são oferecidos aos estudantes e ex-alunos encontros com profissionais de mercado do documentário. Estes encontros ocorrem durante *Os Estados Gerais do Filme Documentário*, o que faz com que esses estudantes tenham a prática recorrente de frequentar o local e retroalimentar o sistema com seus projetos. São propostos dois tipos de encontro: *Encontros primeiros filmes* (*Les rencontres premiers films*) e *Encontros de agosto* (*Les rencontres d'août*). O primeiro direciona-se a alguns projetos pré-selecionados e propõe que os selecionados que dispuserem de um projeto de filme encontrem, por três dias, produtores que trabalhem com documentários para uma conversa e orientação na perspectiva de auxílio na produção dos primeiros filmes. Este é um evento organizado pela Sociedade de produtores de cinema e televisão (Procirep²⁵⁰) o que participa todos os anos dos *Estados Gerais do Filme Documentário* e incorpora a este polo mais um agente do mercado e amplia as possibilidades de esses filmes dialogarem com o mercado, fundamental para aqueles profissionais que estão começando.

Junto a este projeto, existe a *Coleção Primavera*²⁵¹, uma iniciativa da *Ardèche Imagem*. A partir da constatação da dificuldade de produzir os primeiros documentários, esta iniciativa, em parceria com produtores e TVs locais, permitiu a produção de cerca de 50 documentários que receberam auxílio da Cosip Seletivo do CNC (Cosip sélectif du CNC). A coleção de filmes é gerida pela associação de produtores independentes *Lumières du Monde* (Luzes do Mundo), que disponibilizam parte dos filmes online. O papel desta associação é, em parceria com o *DocMonde*, organizar formações e buscar incentivar coproduções nos

250 Procirep é a Sociedade Civil do Produtores de Cinema e Televisão encarregada na defesa dos produtores franceses em relação aos direitos de autor.

251 Mais informações: <http://www.lussasdoc.org/medias/manager/edd/Rencontres/catalogue_rencontre_1ers_films_2017_light.pdf>.

países onde o *Doc Monde* oferece a formação, e com os canais que tem parcerias, coordenar as produções resultantes desta formação. O objetivo disso é que sejam produzidas imagens sobre esses países mas que essas sejam feitas por aqueles lá vivem, e portanto produzam suas próprias imagens, passando a não depender mais da compra de imagens internacionais para retratar uma realidade interna. A expectativa é que surjam produtores e diretores locais que poderão apresentar sua própria realidade. Essa produção faz parte de uma coleção de filmes em DVD que hoje contam com cinco categorias, *Lumière Africa*, *Lumière Euroasia*, *Lumière Oceano Índico*, *Lumière Primavera* e *Lumière Amazônia*.

O segundo, *Encontros de agosto*, já citado, propõe igualmente encontros com profissionais do mercado, sendo que o foco aqui são projetos em estágios mais avançados de desenvolvimento. Estes devem ser apresentados por duplas de diretor e produtor, pois um dos objetivos deste encontro é fortalecer esta parceria. Este é um evento pago e uma vez selecionadas as duplas, uma média de doze participarão de um ateliê no qual receberão orientações individuais, a fim de detectar os pontos fortes e fracos de cada projeto, no aspecto que tange à escritura e ao orçamento, para que posteriormente apresentem o seu projeto a agentes do mercado nos *Estados Gerais do Filme Documentário*. Esses encontros promovem um intercâmbio entre os participantes e podem propiciar trocas interessantes na formação de redes para futuros filmes ou coproduções. Portanto existe uma proposta por parte da escola de criar um sistema circular e de rede em Lussas, onde os alunos acabam se envolvendo na rede de estruturas lá atuantes.

d) *Africadoc*

O *Africadoc* é outro programa desenvolvido pela Associação Ardèche²⁵² cujo foco é o desenvolvimento do documentário africano. Este entrou em vigor em 2003 depois da realização de uma Residência (programa de formação para desenvolver roteiros de documentários) no Senegal. Viu-se aí um campo ainda pouco explorado e a partir disso passaram a realizar no local encontros para a realização de coproduções, assim como uma formação em produção, e posteriormente o mestrado 2 em direção de documentário, semelhante às que são oferecidas em Lussas. Isso só foi possível através da cooperação entre a Universidade Gaston Berger de Saint-Louis, no Senegal, e a Universidade Stendhal de Grenoble. Aos poucos outras ações foram sendo montadas em torno do *Africadoc*, como o

²⁵² Atualmente dirigido pelo Docmonde.

Festival do filme documentário de São Luís²⁵³ (*Festival du film documentaire de Saint-Louis*), que além de ser um local que amplia a visualização dos documentários africanos organiza eventos de mercado²⁵⁴ cujo propósito é incentivar a coprodução, semelhante ao que ocorre nos *Estados Gerais do Filme Documentário* em Lussas.

e) *As Telas do Doc*

As Telas do Doc é uma rede de exibição de documentários que foi criada em 2015 pela associação Ardèche para apoiar a circulação de produções de autores da região. O objetivo é a realização de sessões desses filmes com a presença dos diretores ou integrantes da equipe para que haja uma troca direta entre o público e quem realizou a obra. Essas sessões ocorrem em cineclubes, cafés, associações, midatecas²⁵⁵, e são organizadas com base em um catálogo de filmes realizado pelo *Telas do Doc*. A escolha dos mesmos é feita por um comitê composto por profissionais da região, tendo como foco documentários que tenham sido realizados com recursos da região. Desta maneira, os programadores e locais interessados em exibir esses filmes podem acessar através do site os filmes disponíveis no catálogo e programar uma sessão com a equipe do *Telas*.

Para que esta seja realizada, exige-se que o local disponha de algumas condições técnicas apropriadas à exibição, como um projetor e um sistema de som. Ademais, cada sessão prevê o respeito a algumas regras básicas, como a disponibilidade do diretor ou um palestrante para a exibição, que conta igualmente com remuneração²⁵⁶ dos mesmos e o acompanhamento das cópias por parte da equipe do *Telas*. Já a contrapartida do programador é contar com alguns gastos da exibição propriamente dita, que varia conforme o filme, se ele teve um lançamento em sala ou não. Mas em ambos os casos os valores são negociados entre o programador e o detentor de direitos autorais da obra. Também são previstos gastos com a alimentação do diretor ou palestrante, e gastos referentes ao transporte dos convidados para cada sessão serão compartilhados entre programador e o *Telas*.

O *Telas do Doc* é apoiado pela região e departamento em que atua, Auvergne-Rhône-Alpes, e pelo CNC.

253 Mais informações sobre o festival acessível pelo link: <http://www.saintlouisdusenegal.com/5-10-decembre-2016-3eme-edition-festival-film-documentaire-de-saint-louis-senegal/> Acessado novembro de 2017.

254 Ex-alunos podem apresentar seus projetos a profissionais do setor, e posteriormente, podem fazer parte da coleção Lumière da África (Lumière d'Afrique) que faz parte da Associação Lumière du Monde que já foi citada. Também ocorrem os Encontros Tenk de Coprodução.

255 Biblioteca de mídia.

256 Com exceção que tenha saído em sala de cinema dentro de um período de 3 meses chamados, “período de promocional”.

Um outro importante canal criado no polo de Lussas e que entrou em vigor em 2016 é a plataforma *Tënk*. Trata-se de uma plataforma SVoD²⁵⁷, que disponibiliza documentários autorais selecionados por temáticas, duração e ano. Esse projeto nasceu da junção de um conjunto de profissionais do mercado audiovisual, assim como associações e grupos que decidiram em 2016 se unir para criar a SCIC (*Société Cooperative d'Intérêt Collectif*). Este conjunto agrupa empresas produtoras, realizadores, outros profissionais do cinema, associações e entidades públicas parceiras.

Parte da motivação para a criação da plataforma se deve à falta de espaço para o documentário autoral nos canais de televisão, os quais deixaram cada vez mais de produzir esse tipo de obra e deram preferência a produções mais formatadas e supostamente adequadas aos espectadores do canal. Desta forma, a *Tënk* busca contribuir para a circulação e exibição desses filmes. A partir de 2018, passou a realizar a produção e coprodução de alguns documentários autorais. Para tanto contam com a estrutura de um prédio, previsto para ficar pronto ainda em 2018, em Lussas, que obteve investimentos da região, do CNC e de setores privados. O plano é haver na construção uma parte dedicada à pós-produção, montagem e mixagem. Mais amplamente, a ideia é que o prédio abrigue todas as estruturas citadas no capítulo, que hoje se encontram espalhadas em pequenos espaços pela cidade – com exceção da *Casa do Documentário*, que seguirá em seu local, na entrada da cidade.

Um dos aspectos que podemos concluir a partir da análise da estrutura que existe atualmente em Lussas é que há ali uma rede composta por pequenas entidades que viabilizam a existência de um mercado para o documentário de autor. Existe uma preocupação com todas as etapas do processo de um filme, desde sua idealização, passando pela distribuição e exibição.

Além disso, o evento *Os Estados Gerais do Filme Documentário* engloba tudo aquilo que a Associação Ardèche vem realizando, compreendendo os mais variados braços econômicos de seu sistema através de uma rede em que todos dialogam.

A *Casa do Documentário* também é fundamental nesta rede, pois funciona como uma vitrine de tudo aquilo que circula por Lussas, assim como facilita o acesso de forma organizada a esses filmes. A *Escola do Documentário* é um local de criação e reflexão sobre o estado da arte do documentário autoral, apresentando uma preocupação de formação de profissionais que busquem uma perspectiva ao mesmo tempo artística e econômica para esses

257 Que exige uma assinatura mensal e possibilita o acesso ilimitado ao catálogo dos documentários. O valor mensal é 6 Euros e seu acesso está restrito aos países: França, Bélgica, Suíça e Luxemburgo.

filmes. O *Telas do Doc* foca na circulação desses filmes através da região, busca de forma igualmente importante exibir a produção que está sendo feita neste local.

Para a viabilidade das atividades desse conjunto de estruturas hoje existentes em Lussas é preciso que elas sejam idealizadas já com um pensamento de fazerem parte de uma estrutura maior, de uma grande teia, que somadas ampliam o impacto de suas ações. Isso talvez seja o original do polo existente hoje em Lussas, a criação de um conjunto de estruturas que se apresentam fragmentadas na perspectiva do número de organizações, mas integradas em sua ação maior: a preservação do documentário autoral.

Junto a isso pontuamos a importância dos investidores e parceiros financeiros desses projetos, que viabilizam economicamente esse processo. Isso evidencia uma ação por parte do Estado francês, representado pelo CNC, pela região de Auvergne e pelo departamento de Ardechê, assim como de associações e órgãos, que veem neste projeto uma iniciativa que traz um retorno cultural, mas também econômico. É portanto essa convergência de agentes sociais, políticos e econômicos que tornam Lussas um polo viável para o documentário de autor.

5.2.3 O mês do filme documentário

O mês do filme documentário é um evento anual organizado pela *Associação Imagens na Biblioteca (Images en Bibliothèque)*. A fim de compreendermos a origem da criação do Mês do filme Documentário, é importante entendermos algumas das atividades da associação.

Segundo Marianne Palesse, representante geral da *Associação Imagens na Biblioteca*, esta nasceu em 1989, no entanto sua atividade é mais antiga e nasce do interesse de uma parcela de bibliotecários e setores do Ministério da Cultura com o tratamento que receberiam as coleções de filmes comprados pelas bibliotecas francesas.

Antes de 1989, quando a *Associação* não existia, as coleções de filmes eram compradas pelas bibliotecas através de uma central de compra chamada ADAV (Ateliê de Difusão Audiovisual) – uma das mais antigas centrais de compra, que negociava a aquisição dos direitos, na época em VHS, com os editores de vídeo. A negociação visava a possibilitar que as bibliotecas pudessem torná-los acessíveis ao público como eles fazem com os livros, buscando-se assim ampliar o número de frequentadores desses espaços.

A *Direção do Livro e da Leitura* (DLL)²⁵⁸, do Ministério da Cultura, notadamente pela iniciativa de Catherine Blangonnet²⁵⁹, uma grande entusiasta do documentário, passou a agir no sentido de completar essas coleções com filmes raros e inéditos que não se encontravam no comércio, ou que ainda que não haviam sido lançados, entre os quais estavam muitos documentários. Desse modo, passaram a disponibilizar filmes raros nos acervos das bibliotecas na França. A novidade nesse sentido foi que a DLL passou, no caso dos filmes não editados, a comprar os direitos dos mesmos diretamente dos produtores. A compra contribuiu para a economia deles, uma vez que esses filmes podem ter circulado em festivais, mas não chegaram a ser lançados comercialmente. Segundo Palesse isso se torna muito vantajoso ao produtor, que é quem detém os direitos de exibição pública, além de contribuir com a diversidade dos acervos das bibliotecas francesas, pois permite “colocar no mercado filmes que possuíam um fraco valor comercial, mas grande valor cultural”²⁶⁰.

Portanto, esse contato direto com o produtor permite ampliar seus direitos em relação ao filme, uma vez que se negocia além do direito de consulta no local, ou da retirada, o direito de projeções públicas do filme²⁶¹. Conjuntamente a essa nova iniciativa proposta pelo Ministério, foi criada uma revista dedicada ao gênero, *Images Documentaire*²⁶², que contava com a coordenação de Catherine Blangonnet.

Para Palesse, todo esse processo, que envolvia a revista de documentário e uma comissão de bibliotecários que selecionava de quais obras seriam comprados os direitos para a biblioteca, passou a sobrecarregar a equipe, e foi dessa demanda que nasceu, em 1989, a *Associação Imagens na Biblioteca*.

Em 2005 as aquisições dos filmes geridos pela DLL foram confiadas à *Biblioteca Centro Pompidou (BPI)*²⁶³ através do *Catálogo Nacional de Filmes Documentários*²⁶⁴. Existe ainda o catálogo *Imagem da Cultura* administrado pelo CNC.

258 O Serviço do Livro e da Leitura (DLL) encontra-se dentro do Ministério da Cultura e seu papel é de regulamentar e avaliar ações do Ministério do campo do livro e da cultura. Contribuiu com a modernização das bibliotecas e mediatecas, assim como a sua valorização.

259 Foi responsável pela missão audiovisual da Direção do Livro e da Leitura, foi fundadora e autora da revista *Images documentaires*, sendo também membro do conselho de administração da Associação Imagem na Biblioteca.

260 PALESSE, M. Entrevista pessoal concedida à autora em 2017.

261 Os direitos de exibição pública os editores de dvd não possuem, se a biblioteca desejar realizar uma exibição pública há a necessidade de uma autorização dos produtores, e segundo Marianne Palesse uma projeção pública custa por volta de 100 A 300 euros a projeção.

262 Revista Image Documentaire link: < <https://www.imagesdocumentaires.fr/-A-propos-de-la-revue-.html>> Acesso junho 2018.

263 Em 1979 a Biblioteca pública de informação criada no Centre Pompidou, cria o Festival Cinéma du réel, um festival internacional de filmes etnográficos e sociológicos, cujo o objetivo era de promover o filmes documentário. Interessante observar que é um festival organizado por uma biblioteca.

Alguns anos após esta prática de compra de filmes para os acervos, a *Associação Imagens na Biblioteca*²⁶⁵ verificou que esse acervo não estava sendo visto por um conjunto significativo de pessoas. Segundo Marianne Palesse, esse amplo trabalho de seleção de filmes e sua posterior compra era pouco conhecido inclusive dos próprios profissionais que trabalhavam nas bibliotecas francesas, assim como dos profissionais do documentário e do público. Tratava-se de coleções raras, que incluíam obras de documentaristas como Frederick Wiseman, ou ainda, filmes que circulavam em festivais e que acabavam sendo desconhecidos de um público maior, pois muitas vezes não chegavam a ser lançados no cinema.

Dessa constatação de que este rico material audiovisual estava sendo subaproveitado e era pouco conhecido é pensado o *Mês do Filme Documentário*. Este evento foi lançado em 2000 com o apoio da *Direção do Livro e da Leitura* e do CNC. Após dois anos que foram utilizados como teste, em 2002 tornou-se oficial em toda a França.

O evento propunha convidar as bibliotecas (visto que elas já detinham os direitos dos filmes para projeções através dos catálogos citados) a montarem programações temáticas para que o mais amplo público tivesse acesso a uma programação que envolvesse esse material. Pouco a pouco o evento foi se ampliando, inclusive abarcando novos espaços como salas de cinema, estruturas culturais e educativas, propondo que eles próprios também passassem a realizar uma programação, visto que também poderiam fazer uso dos catálogos. Tanto as bibliotecas como os demais locais podem, em função do interesse e do orçamento de cada estrutura, incluir outros filmes, e nestes casos, a *Associação Imagens na Biblioteca* também exerce um papel central, através da assistência desse contato biblioteca, escola, instituto cultural com os diretores e produtores, colaborando na aproximação desses elos e contribuindo para negociarem os direitos de filmes que possam não estar nos catálogos.

Há nesta proposta uma perspectiva de “educação audiovisual” do público, assim como dos bibliotecários, uma vez que anualmente a *Associação Imagens na Biblioteca* realiza um trabalho de formação com estes para apresentar o material existente nos acervos, falar sobre aspectos históricos, estéticos, políticos das diferentes cinematografias. Isso ocorre a fim de despertar o interesse dos bibliotecários em montarem suas próprias programações, e que o público, através dessas iniciativas, também conheça a pluralidade desses acervos e do próprio

264 *O catálogo nacional do filme documentário*. Acesso em: <<http://www.cataloguenational.fr/fr/index.html>>. Acesso em junho de 2018. A plataforma digital chamada *Les yeux doc* que oferece acesso ao *Catalogue national de Filmes Documentários* da biblioteca BPI, uma vez que cadastrado, é possível realizar a consultada no local ou em casa. Atualmente o catálogo conta com 1500 documentários.

265 Além do *Mês do Documentário*, há outras atividades paralelas comandadas pela Associação Imagens na Biblioteca como seleção de filmes documentários, trabalhos de formação e acompanhamento profissional.

filme documentário. Durante o *Mês do Filme Documentário*, as bibliotecas montam essas programações com um foco temático escolhido com total autonomia, “não há uma direção artística como pode acontecer em um festival, por exemplo”²⁶⁶, a liberdade é total. Em sua opinião, essas sessões contribuem para ampliar a visão que as pessoas têm do documentário, de suas possibilidades narrativas, mostrar que “o documentário não é necessariamente uma reportagem que vocês têm o hábito de ver na televisão, pode ser uma forma artística mais original”²⁶⁷.

Os filmes dos catálogos citados podem ser utilizados pelas bibliotecas ou qualquer estrutura pública não comercial. Para organizar uma sessão e fazer parte da rede basta que se possua um espaço de projeção e que a programação proposta ocorra durante o mês de novembro, que é quando acontece o Mês do Documentário. Para o uso do catálogo as sessões devem ser gratuitas, assim como no caso das bibliotecas. Mas o evento não conta exclusivamente com filmes do catálogo nem exclusivamente são exibidos nas bibliotecas, portanto algumas sessões não precisam ser gratuitas, como acontece frequentemente no caso das salas de cinema.

O papel da *Associação Imagens na Biblioteca* portanto é de coordenar e dar viabilidade a essa manifestação, assim como contribuir na organização das programações. Busca incentivar a incorporação de outros agentes ao evento, como exibidores de sala de cinema, associações, instituições, buscando ampliar essa rede de espaços para a circulação desses filmes, assim como aproximar bibliotecários e profissionais do audiovisual. Uma vez realizadas essas programações, os profissionais do setor passam a lidar com esses acervos, passam a conhecê-los melhor, contribuindo inclusive para a sensibilização de outras bibliotecas a conhecerem um pouco mais os filmes dos catálogos.

Conjuntamente à programação dos filmes, são oferecidos colóquios, exposições, “*master classes*”, debates, exposições, sempre trazendo aspectos do documentário e buscando atingir o maior número possível de espectadores. Para isto, contam igualmente com um conjunto de informações produzidas pelo evento como o perfil do seu público. Segundo dados de 2017, o público que frequentou o *Mês do Filme Documentário* era composto de 43% de pessoas entre 35 e 60 anos; 30% de pessoas com mais de 60 anos; 17% de pessoas entre 18 e

266 PALESSE, M. Entrevista pessoal concedida à autora em 2017.

267 *Ibid.*

35 anos e 9% de pessoas com menos de 18 anos²⁶⁸. Um detalhamento bastante amplo de dados são disponibilizados pelo site do evento anualmente.

Um outro aspecto importante de ser analisado é a viabilidade econômica de um evento de amplitude nacional. O primeiro aspecto mencionado por Marianne Palesse é que embora seja um evento consolidado há 18 anos, e que a cada ano venha ampliando o seu público, comprovado através dos dados que realizam, ele não se manteria sem uma subvenção pública. A associação conta com recursos próprios, além de recursos do CNC, do Ministério da Cultura (Serviço do Livro e da leitura, Coordenação de Políticas culturais e de Inovação (SCPCI²⁶⁹) e Direção de arquitetura e patrimônio), assim como estabelece parcerias com a Sociedade Civil de produtores de cinema e de televisão (PROCIREP)²⁷⁰ e a Sociedade Civil dos Autores Multimídia (SCAM). Há um conjunto de parceiros que contribuem com recursos menores, dos quais podemos citar o Canal Arte, *Courrier International*²⁷¹, *Mediapart*²⁷², *L'École Documentaire*²⁷³, *Université Stendhal Grenoble-3*²⁷⁴, *TV5 Monde*, *Journal La Croix* e *Tënk*²⁷⁵.

É um evento de estrutura nacional, mas que é viabilizado fundamentalmente através de uma rede criada entre o Estado, a associação, as bibliotecas e demais parceiros. Para Marianne Palesse embora o evento seja exitoso a cada ano é necessário um grande esforço por parte da associação, que conta com uma equipe reduzida, de manter e ampliar a rede de exibição. O público fiel ao evento, assim como os novos participantes, são atraídos pelo “boca a boca” que esses 18 anos de existência construíram, uma vez que a organização conta com poucos recursos para realizar uma divulgação da manifestação em imprensa nacional. O que geralmente ocorre é que em função de parcerias estabelecidas nas regiões conseguem viabilizar melhor uma divulgação local do que nacional.

268 Contam igualmente com uma classificação específica de público jovem. Em 2017 40% do público jovem tinha entre 6 e 10 anos; 28% entre 15 e 18 anos; 26% entre 11 e 14 anos e 6% com menos de 6 anos.

269 Ela apoia a Associação Imagem na Biblioteca nas suas ações de formação e difusão junto aos professores e alunos por um melhor conhecimento sobre o gênero documentário apresentado nas bibliotecas.

270 A PROCIREP é responsável pela defesa dos produtores no que diz respeito a seus direitos autorais e demais. Agrupam aproximadamente 500 produtoras francesas, assim como organizações profissionais do setor de produção de cinema e audiovisual, assim como os produtores agrupados através da organização europeia de produtores de cinema e televisão (EUROCOPYA).

271 Jornal independente francês.

272 Segundo dados de 2017, 10 filmes foram auxiliado e difundidos no site do Mediapart, acessíveis aos 100 mil assinantes do jornal. Mais informações no site: <http://www.imagesenbibliotheques.fr/IMG/pdf/COM2017-Catalogue-WEB.pdf>. Acesso junho de 2018.

273 Escola de documentário de Lussas.

274 Universidade parceira da escola de documentário de Lussas e onde ocorrem parte das aulas de documentário.

275 Plataforma SVOD dedicada ao documentário. Exibi no mês do documentário alguns documentários em sua plataforma.

O *Mês do Filme Documentário* não ocorre exclusivamente na França. Ele se dá em outros países através da parceria estabelecida com o Instituto Francês²⁷⁶, que propõe em sua rede internacional – a qual conta com institutos, Alianças Francesas, entre outros – um catálogo de filmes com a proposta de três projeções públicas. Essas redes podem realizar elas mesmas a parceria que desejar. Em média 30 a 40 países participam, e em alguns casos são incluídos na programação filmes do país em questão.

O evento exhibe em sua programação filmes de várias nacionalidades. Segundo Marianne Palesse, embora haja essa variedade, o filme francês predomina, uma vez que se propõe projeções dos filmes com a presença dos diretores na sessão, o que acaba orientando na hora da escolha. Há, inclusive, a prática de remunerar esses participantes e buscar a perspectiva de circulação do filme em outras cidades francesas.

Em função de o *Mês do Filme Documentário* ser um evento que ocorre em várias cidades ao mesmo tempo, contando com um conjunto muito amplo de atividades paralelas²⁷⁷, muitas vezes se torna difícil de contemplar a extensão de sua dimensão. Por isso é importante a geração de dados estatísticos sobre o seu impacto. Em 2018, o *Mês do Filme Documentário* gerou 3.198 sessões (dentre elas 275 no exterior e 250 destinado a público jovem). Atuou num total de 2.154 estruturas, entre elas: miatecas²⁷⁸; estruturas culturais²⁷⁹; salas de cinema²⁸⁰; instituições públicas²⁸¹; institutos e centros culturais, Alianças Francesas e embaixadas fora da França²⁸²; espaços educativos²⁸³, estruturas para o cinema²⁸⁴ e estruturas sociais²⁸⁵.

276 Site do Instituto Francês Acesso: <<http://www.institutfrancais.com/fr>>. Consultado em junho de 2018. As parcerias internacionais não precisam ser necessariamente via Instituto Francês.

277 Existe uma preocupação na realização de sessões que contem com a presença do realizador, só no ano de 2017 foram exibidos durante o *Mês do Filme documentário* 1500 filmes, de 1400 realizadores, sendo que 500 deles participaram das sessões, que contou com a organização da Associação Imagem na Biblioteca. Neste ano o evento contou com 12 programações diferentes, além de uma programação focada em público jovem (representa 10% dos espectadores do *Mês do Filme Documentário*) que inclui eventos destinados a este público, assim como sessões em escolas. Estas contabilizaram 300, visto que este público.

278 As bibliotecas de mídia totalizaram 799, segundo dados de 2017 do *Mês do Filmes Documentário*.

279 As estruturas culturais totalizaram 332, segundo dados de 2017 do *Mês do Filmes Documentário*.

280 As salas de cinema totalizaram 344, segundo dados de 2017 do *Mês do Filmes Documentário*. A maior parte delas são salas Art et Essai.

281 A instituições públicas totalizaram 301, segundo dados de 2017 do *Mês do Filmes Documentário*.

282 Os institutos e centros culturais, Alianças Francesas e embaixadas totalizaram 40 estruturas em 36 países, com 275 sessões, segundo dados de 2017 do *Mês do Filme Documentário*.

283 Os espaços educativos contam com universidades, escolas, liceus e colégios e escolas primárias. Totalizaram 91, segundo dados de 2017 do *Mês do Filme Documentário*.

284 As associações cinematográficas são estruturas associativas que costumam trabalhar em parceria com as bibliotecas de mídia e com as salas de cinema. Totalizaram 157, segundo dados de 2017 do *Mês do Filme Documentário*.

285 As estruturas sociais contam com associações locais e rurais, asilos, penitenciárias e hospitais. Totalizaram 84 segundo dados de 2017 do *Mês do Filme Documentário*.

Na avaliação de Palesse, o *Mês do Filme Documentário* busca promover o documentário autoral e atinge um público bastante amplo, contribuindo com a circulação comercial e não-comercial do mesmo. Algo que atende às demandas de políticas públicas propostas pelo CNC e pelo Ministério da Cultura:

Essas políticas culturais fazem eco a vários objetivos tanto do CNC quanto do Ministério da Cultura. [...] No *Mês do Filme Documentário*, nós zelamos por uma complementaridade das práticas de difusão entre o não-comercial e o comercial. [...] Nossa ideia é também refletir sobre como essa ajuda que dão as bibliotecas na difusão do setor não-comercial favorecem a exibição em sala do documentário, a vida dos filmes nas salas de cinema. (PALESSE, 2017).

5.3 A circulação do documentário no Brasil

Como já ressaltamos no início deste trabalho, trazer experiências de apoio na circulação e na divulgação do documentário no Brasil e na França não pressupõe nem tem por objetivo a comparação entre os dois modelos. Entretanto, é interessante contrapor as várias dinâmicas pensadas pelos atores envolvidos nas diversas situações.

No caso do Brasil, inicialmente abordaremos o universo de festivais de cinema no Brasil como uma alternativa para a circulação dos documentários nacionais pelo país. Num segundo momento abordaremos a distribuição do filme *Terra deu, terra come* (2010) dirigido por Rodrigo Siqueira que foi lançado na sala cinema ao mesmo tempo que eu uma rede de cineclubes. E para finalizar analisaremos a empresa Taturana Mobilização Social que vem há alguns anos realizando a exibição de documentários através de uma rede não comercial como cineclubes, universidade e centros culturais.

5.3.1 Uma circulação alternativa aos documentários: o universo dos festivais

O universo de festivais e mostras de cinema no Brasil tem sido fundamental para a circulação de muitos documentários e descoberta de novos talentos. Isso acontece por alguns fatores, entre eles o de permitir que estes possam ser assistidos por um conjunto amplo de pessoas, em diversos estados brasileiros, em municípios inclusive sem sala de cinema; e igualmente pelo fato de esses eventos darem ao filme, em função de um prêmio ou pela sua exibição e repercussão no evento, mais visibilidade, contribuindo para o acesso à mídia espontânea ao filme, abrindo possíveis janelas na sala de cinema, na televisão e demais espaços

Segundo dados da Ancine²⁸⁶, no ano de 2013 tivemos um total de 147 filmes concluídos, sendo que 29 (19,7%) deles foram lançados comercialmente, 64 (43,5%) exibidos somente em festivais e 54 (36,7%), não tiveram exibição pública identificada até dezembro daquele ano. No mesmo relatório correspondente ao ano seguinte²⁸⁷, houve 186 obras finalizadas, sendo que 65 (35%) foram exibidas somente em festivais e 80 (43%) não tiveram nenhuma exibição identificada²⁸⁸.

O que podemos concluir desses dados é que o número de filmes direcionados aos festivais é bastante relevante, aproximadamente um terço de toda a produção nacional. Não há um acompanhamento dessa produção para verificar se esses filmes exibidos nesses festivais chegaram a ser lançados comercialmente nos anos seguintes. Mas é patente que de fato uma parte dessa produção utiliza-se dos festivais como uma estratégia para fazer seu filme circular pelo país de forma mais ampla.

O que ocorre na maior parte dos casos é um filme ser lançado em um festival escolhido pelo diretor para a sua estreia e posteriormente ser lançado em sala de cinema – o que, dependendo do tamanho do filme e de sua repercussão no festival, pode acontecer de forma mais rápida ou não. Quando se trata de festivais maiores, por exemplo o É Tudo Verdade, o fato de um documentário ter sido nele exibido é julgado positivamente e utilizado como um dos elementos de divulgação do mesmo posteriormente.

Nos últimos anos muitos festivais passaram a exigir filmes inéditos, o que reduz um pouco a circulação dos mesmos, assim como obriga a equipe a fazer uma escolha de em qual deles se deve “apostar”.

A quantidade de festivais e a escolha de quais um filme será destinado faz parte igualmente de um desenho de lançamento, uma vez que ser selecionado para festivais

286 Informe de Acompanhamento do mercado – Produção de longas-metragens. Disponível em: <https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_producao_2013.pdf>. Acesso em: jun/2018.

287 Dados: <https://oca.ancine.gov.br/sites/default/files/repositorio/pdf/informe_producao_2014.pdf>. Acesso junho de 2016.

288 Importante destacar que essa produção que não teve nenhuma exibição identificada, não significa necessariamente que são filmes que não serão exibidos comercialmente, mas parte deles, pode efetivamente fazer parte deste grupo, ou ainda, buscar no ano seguinte algumas projeções em festivais. O que ocorre no mercado brasileiro é que parte da produção nacional, principalmente filmes que não se enquadram como grandes produções orçamentárias, que levam mais tempo para conseguir custear as cópias, publicidade e demais elementos de um lançamento, acabam levando um tempo maior de negociação para a comercialização do filme em um circuito comercial. Isso envolve igualmente as datas disponíveis, que são estabelecidas pelo exibidor e a distribuidora, ou pelo produtor/diretor e o exibidor, dependendo do filme. No caso do documentário, que são produções de orçamento mais enxutas, essas negociações podem ser mais demoradas, e acrescenta-se a isso o fato do documentário não ser visto como um produto, na visão de alguns distribuidores e exibidores, para as salas de cinema. E para finalizar, parte desta produção com nenhuma exibição identificada pode igualmente ser direcionada a TV ou internet, entre outros locais.

importantes pode ser um elemento favorável, um diferencial, na hora de lançá-lo no cinema. O fato de haver muitos festivais também faz com que os exibidores passem a pré-julgar os filmes em função dos festivais para os quais foram selecionados ou ganharam prêmio. E a seleção dos festivais leva em conta igualmente, um cálculo não “perder” um público que pode adquirir no cinema – ainda que o público dos festivais, dependendo de onde ele aconteça, não vá competir por se tratarem de públicos diferentes, por exemplo locais onde não há sala de cinema.

Para a Ancine já há uma classificação de festivais para alguns processos – por exemplo para destinar recursos aos diretores na participação de festivais internacionais²⁸⁹, ou ainda para o recebimento de recursos do Programa Ancine de Incentivo à Qualidade²⁹⁰.

Outro aspecto interessante dos festivais é que eles têm se tornado cada vez mais um espaço de formação de público, pois concentram pessoas interessadas em cinema, mas também aquelas curiosas pela temática apresentada pelo festival – como filmes de meio ambiente, musicais, ou ainda desenvolvidos por uma região do país ou por um diretor – e passam a acompanhar anualmente o festival como um público fiel. Embora os festivais se concentrem massivamente no Sudeste, também estão presentes em outras regiões, assim como em locais onde não há salas de cinema.

Outro aspecto relevante dos festivais no Brasil é que uma grande parte deles exibem majoritariamente filmes nacionais, o que contribui para torná-los uma janela importante para a produção nacional documental.

Se pensarmos no histórico dos festivais no Brasil e sua importância até os dias de hoje, não podemos deixar de mencionar a Associação Kinoforum²⁹¹ e o Fórum dos Festivais²⁹², que realizaram dois estudos, organizados por Antonio Leal e Tetê Mattos em parceria com a Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura, sobre este universo. O

289 A partir de 2017 entra em vigor na Ancine um programa de apoio para a participação brasileira em festivais de cinema internacionais e contempla os filmes oficialmente convidados a participar de um dos 96 festivais internacionais por ela selecionados. Os apoios oferecidos são separados em três tipos de apoio: Apoio A: Realização de cópia do filme legendada, envio da mesma e apoio financeiro para promoção do filme (44 festivais); Apoio B – Envio de cópia e apoio financeiro (36 festivais) e Apoio C – Envio de cópia (16 festivais).

290 Existe uma classificação dos festivais igualmente por parte da Ancine na hora de avaliar produtoras que participam do Programa Ancine de Incentivo à Qualidade que concede apoio financeiro a produtoras premiadas com seus filmes em festivais.

291 A Associação foi criada em 1995 e realiza o festival Internacional de curtas-metragens de São Paulo, as Oficinas Kinoforum de Realização Audiovisual e o Guia Kinoforum de Festivais, onde mantém um banco de dados atualizado sobre esses eventos que ocorrem em todo território nacional.

292 O Fórum dos Festivais foi criado nos anos 2000 e tem o objetivo fortalecer o circuito brasileiro de eventos audiovisuais, pela melhora das suas condições de realização, assim como auxiliar dos festivais.

primeiro, intitulado *Painel Setorial dos Festivais Audiovisuais*, abarca do ano 2007 a 2009, e o segundo, *Festivais audiovisuais – Diagnóstico Setorial 2007*, trata do ano de 2006.

Estes estudos buscam apresentar um diagnóstico dos festivais no país, apresentando uma base de informações importantes para os setores público e privado, bem como para a cadeia de profissionais, que podem através dele verificar a força do setor, sua diversidade e amplitude. Isso se mostra igualmente importante pois pode ser um elemento chave para se pensar políticas públicas, assim como apoios da iniciativa privada ao setor, entendendo os festivais como um setor produtivo por onde transita uma economia na disputa por mercados.

Segundo o *Painel Setorial dos Festivais Audiovisuais*, referente aos anos 2007, 2008 e 2009, esses eventos envolvem mais de vinte funções, como produção, turismo, curadoria, tradução, publicidade, entre outros²⁹³. Segundo dados do mesmo relatório, no ano de 2009 foram criados 7.316 empregos diretos em decorrência dos festivais, o que representa uma média de 30,1 contratações por evento. Só a Região Sudeste representa 57,5% do total de empregos do circuito. Isso decorre do fato de seus estados terem abrigado 47% desses eventos naquele ano, sendo que Rio de Janeiro e São Paulo foram os estados com maior número de festivais, praticamente 37% do total²⁹⁴.

Segundo as informações apresentadas pelos estudos mencionados, foi nos anos 1990 que tivemos um verdadeiro crescimento no número de festivais de cinema no país, começando pelas capitais e depois espalhando-se pelas demais cidades. Outro aspecto trazidos pelos documentos foi a grande variedade de assuntos em que esses eventos foram especializando: esporte, diversidade sexual, meio ambiente, questões indígenas, o universo feminino, entre outros. Dentro desses recortes temáticos existem os festivais focados em documentários, que também contam, em alguns casos, com um recorte temático.

Os festivais são diversificados quanto aos seus orçamentos. Uma grande parte deles oferece sua programação gratuitamente à população por contarem com apoios e patrocínios de órgãos, associações, públicas ou privadas. A Ancine por sua vez isenta as obras

293 Produção, Curadoria, Tradução, Consultoria, Agenciamento, Serviços gráficos, Publicidade, Materiais promocionais, Designer, Locação de espaços para exibição, Hotelaria, Transporte aéreo, Transporte local, Artesanato, Imagem (fotografia e vídeo), Segurança, Legendagem eletrônica, Informática, Alimentação, Assessoria de imprensa, Infraestrutura audiovisual, Mídia em geral, Comércio local, Turismo, Produção de textos, Revisão, Palestrantes, Instrutores, Cenografia. A listagem extensiva das funções envolvidas dá a dimensão econômica do evento cultural. Disponível em: <http://docs.wixstatic.com/ugd/ad023a_361a33219ac0492ab69fa0034bd38071.pdf>. Acesso em: jul/2018.

294 Painel Setorial dos Festivais Audiovisuais, Rio de Janeiro, 2011 p. 54. Acesso do estudo no link: <http://www.forumdosfestivais.com.br/guia-dos-festivais>. Acesso em junho de 2018.

exibidas em festivais de pagarem o Condecine²⁹⁵, desde que estes eventos estejam registrados e reconhecidos pela agência.

Os festivais contribuem igualmente com a possibilidade de haver uma troca entre a equipe de um filme e o público, visto que são incentivadas sessões com a presença dos diretores, produtores ou outros membros da filmagem para apresentar o filme, ou para debater após as apresentações. Essa troca também ocorre durante os dias do festival pela interação entre os diversos grupos durante outras sessões, ou circulando pelo ambiente do evento.

Alguns festivais contam com atividades paralelas, como seminários, mesas temáticas, oficinas e debates. É importante pontuar como esses eventos podem contribuir para o setor. No caso do festival É Tudo Verdade há por exemplo a *Conferência Internacional do Documentário*²⁹⁶ que aborda questões relevantes do gênero contando com a presença de professores e profissionais do campo.

Ao realizarmos um levantamento sobre o número de mostras e festivais de cinema existentes no Brasil no ano de 2016 e registrados na Ancine,²⁹⁷ pudemos observar que foram registrados 401 festivais²⁹⁸ ou mostras pelo país. A título de comparação, se tomarmos o dado apresentado pelo *Diagnóstico Setorial 2007*²⁹⁹ referente a indicadores de 2006, nesse ano houve 132 eventos desta natureza em território nacional, o que revela que em dez anos este número praticamente triplicou. Esses eventos se espalharam por mais de 132 cidades e em todos os estados do país.

Para priorizar a variedade de festivais, no número calculado acima sobre 2016 não contabilizamos as repetições, ou seja, as diversas edições do mesmo festival realizadas em

295 Condecine (Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional). Segundo a Ancine: A contribuição incide sobre a veiculação, a produção, o licenciamento e a distribuição de obras cinematográficas e videofonográficas com fins comerciais, bem como sobre o pagamento, o crédito, o emprego, a remessa ou a entrega, aos produtores, distribuidores ou intermediários no exterior, de importâncias relativas a rendimento decorrente da exploração de obras cinematográficas e videofonográficas ou por sua aquisição ou importação, a preço fixo. A partir da aprovação da Lei 12,485 as empresas de serviços de telecomunicações também passaram a pagar. O resultado dessa arrecadação direciona-se ao Fundo Setorial do Audiovisual

296 Na edição de 2018 do festival aconteceram algumas mesas no entanto a Conferência Internacional que acontece por 16 edições, não ocorreu.

297 Mapa de mostras e festivais no Brasil registrados na Ancine. Link: <https://www.ancine.gov.br/pt-br/mapa-de-mostras-e-festivais> Acesso novembro de 2016.

298 Este número de 401 festivais leva em consideração cada evento individualmente, caso este tenha sido realizado em vários locais diferentes em um mesmo município, este será contado uma vez; caso um festival tenha promovido edições em vários municípios, neste caso, ele será contabilizado várias vezes. Neste levantamento foi considerado apenas festivais brasileiros que acontecem em território nacional, não sendo contabilizados festivais brasileiros que ocorram fora do país, como o caso do Festival de cinema brasileiro de Miami.

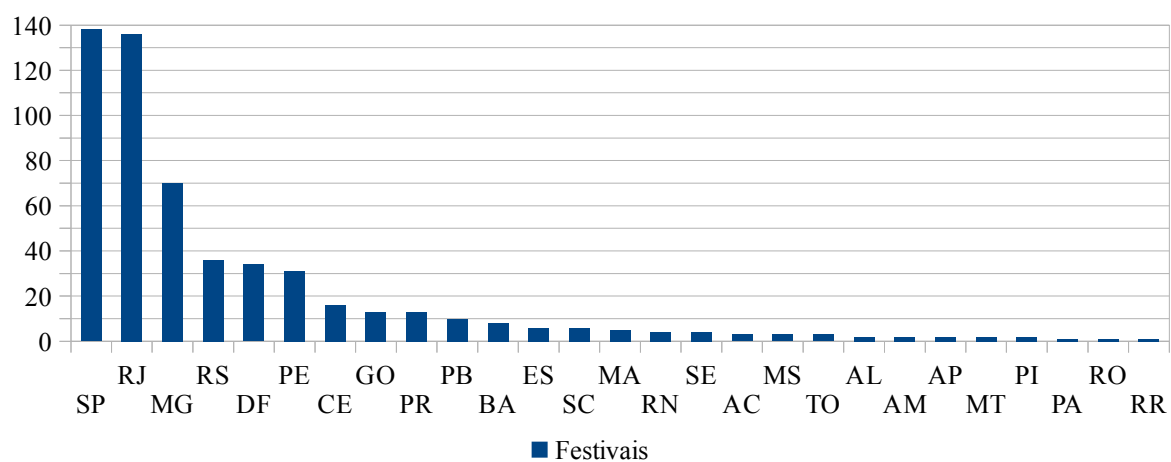
299 Diagnóstico Setorial 2007 – Indicadores 2006. Link: <http://www.cultura.gov.br/documents/10877/35301/diag07-indic06-ok.pdf/3a88e775-3a64-47c7-b650-0010d8e9f6ff> Acesso em junho 2018.

diferentes cidades. No entanto, pareceu-nos igualmente importante mapear todos os estados e municípios que receberam algum festival. Para tanto, a partir daqui fizemos um outro cálculo da maneira seguinte: se um mesmo evento aconteceu em várias cidades e municípios, ele foi contado uma vez em cada local de exibição. Por exemplo, se um festival aconteceu na cidade de São Paulo em vários locais diferentes, ele será contabilizado uma única vez, mas se ocorreu em cinco municípios diferentes do mesmo estado, foi contado cinco vezes. A intenção é mostrar todos os municípios no país que receberam eventos de cinema bem como sua capacidade de interiorização saindo exclusivamente das capitais.

A análise desse número mostra que muitos desse eventos são os únicos que ocorreram em uma determinada cidade. Um bom exemplo para entender essa questão é o caso do Festival Varilux de Cinema Francês, que ocorreu no mesmo período em 52 cidades brasileiras de 22 estados. Foi portanto contabilizado 52 vezes. Desta maneira, cidades como Tubarão, em Santa Catarina, passam a constar das estatísticas pois sedia este evento, mesmo que tenha sido o único deste perfil, (no caso relativo a 2016), no município. Outro exemplo de evento que abrange várias cidades foi a 5º Mostra Itinerante de Cinema Ambiental (Mica), com foco em filmes ambientais, que aconteceu em 14 cidades ao mesmo tempo, todas do estado de São Paulo, como Osasco, Piracicaba, Registro, Sorocaba – tendo sido também em 2016 a única mostra ou festival ocorrido nessas cidades.

Nesse novo cálculo, incluindo essas repetições mencionadas, temos 552 eventos realizados em 2016 no Brasil. No gráfico e na tabela abaixo podemos verificar a distribuição de festivais pelos estados.

Gráfico 29 – Mostra e Festivais de cinema por Estado no Brasil em 2016



Fonte: Ancine e Kinoforum. Elaboração: autora.

Tabela 35 – Mostras e Festivais de cinema por Estado no Brasil em 2016

Região	Estado	Festivais	Participação relativa	População relativa	População 2016	Índice de habitantes por festival
Sudeste	São Paulo	138	25,0%	21,7%	44.749.699	324.273
	Rio de Janeiro	136	24,6%	8,1%	16.635.996	122.324
	Minas Gerais	70	12,7%	10,2%	20.997.560	299.965
	Espírito Santo	6	1,1%	1,9%	3.973.697	662.283
	Total Sudeste	350	63,4%	41,9%	86.356.952	246.734
Nordeste	Pernambuco	31	5,6%	4,6%	9.410.336	303.559
	Ceará	16	2,9%	4,3%	8.963.663	560.229
	Paraíba	10	1,8%	1,9%	3.999.415	399.942
	Bahia	8	1,4%	7,4%	15.276.566	1.909.571
	Maranhão	5	0,9%	3,4%	6.954.036	1.390.807
	Rio Grande do Norte	4	0,7%	1,7%	3.474.998	868.750
	Sergipe	4	0,7%	1,1%	2.265.779	566.445
	Alagoas	2	0,4%	1,6%	3.358.963	1.679.482
	Piauí	2	0,4%	1,6%	3.212.180	1.606.090
	Total Nordeste	82	14,9%	27,6%	56.915.936	694.097
Sul	Rio Grande do Sul	36	6,5%	5,5%	11.286.500	313.514
	Paraná	13	2,4%	5,5%	11.242.720	864.825
	Santa Catarina	6	1,1%	3,4%	6.910.553	1.151.759
	Total Sul	55	10,0%	14,3%	29.439.773	535.269
Centro-Oeste	Distrito Federal	34	6,2%	1,4%	2.977.216	87.565
	Goiás	13	2,4%	3,2%	6.695.855	515.066
	Mato Grosso do Sul	3	0,5%	1,3%	2.682.386	894.129
	Mato Grosso	2	0,4%	1,6%	3.305.531	1.652.766
	Total Centro-Oeste	52	9,4%	7,6%	15.660.988	301.173
Norte	Acre	3	0,5%	0,4%	816.687	272.229
	Tocantins	3	0,5%	0,7%	1.532.902	510.967
	Amazonas	2	0,4%	1,9%	4.001.667	2.000.834
	Amapá	2	0,4%	0,4%	782.295	391.148
	Pará	1	0,2%	4,0%	8.272.724	8.272.724
	Rondônia	1	0,2%	0,9%	1.787.279	1.787.279
	Roraima	1	0,2%	0,2%	514.229	514.229
	Total Norte	13	2,4%	8,6%	17.707.783	1.362.137
	Total Brasil	552	100,00%	100,00%	206.081.432	373.336

Se analisarmos o número desses eventos por estado verificaremos que só os estados do Rio de Janeiro e São Paulo representam quase 50% do total. Na sequência encontram-se Minas Gerais com 12,7% dos eventos, o Rio Grande do Sul com 6,5%, o Distrito Federal com 6,2% e Pernambuco com 5,6%. Os estados do Ceará, Goiás, Paraíba e

Paraná têm cada qual uma média de 2%. Já Bahia, Santa Catarina e Espírito Santo têm entre 8 e 6 festivais e mostras, o que representa pouco mais de 1%.

Além da concentração no Sudeste, podemos constatar uma maior incidência nas capitais. No caso de Minas Gerais, por exemplo, que contou com 70 festivais, só Belo Horizonte sediou 55 deles. No caso de São Paulo foram 138 festivais, sendo 93 na capital; no Rio Grande do Sul houve 36, sendo 25 só em Porto Alegre; e no estado do Rio de Janeiro ocorreram 136, sendo 112 somente na capital. Se analisarmos a população das cidades que tiveram festival (72.848.856) relacionada com a população brasileira (206.081.432) em 2016 chegaremos à conclusão que a porcentagem da população brasileira com acesso a algum festival é de 35% – o que mostra que mesmo com uma quantidade expressiva de eventos, estes ainda mal alcançam um terço da população. Por outro lado, sabemos que parte deste percentual refere-se a locais com escasso acesso a bens culturais, em alguns casos sem sala de cinema, sem museus ou atividades artísticas. Nestes casos, os festivais seriam a oportunidade de essas populações receberem de algum tipo de produto diferenciado culturalmente.

Se fizermos uma análise do número de festivais por habitantes também é possível ter uma noção dos locais mais bem servidos destes eventos. Se tomarmos os dois locais que apresentam o maior número de festivais, o estado do Rio de Janeiro encontra-se na melhor posição do país na relação habitantes por festival, apenas atrás do Distrito Federal (que fica à frente pois é contabilizado individualmente como recorte territorial. Também são os locais com maior número de salas de cinema. Em seguida, se pensarmos em uma faixa de 300 mil habitantes por festival, podemos listar Minas Gerais, Rio Grande do Sul, Pernambuco e São Paulo. Este último conta com o maior número de festivais, mas se o critério adotado for a relação número de habitantes por festival, São Paulo acaba se enquadrando na mesma faixa de outros estados que contam com menos festivais.

Já na faixa de 1 milhão de habitantes por festival podemos citar os estados da Bahia, Maranhão, Alagoas, Piauí, Santa Catarina e Rondônia. A Bahia, com 8 festivais e 15 milhões de habitantes, encontra-se na mesma faixa que Rondônia que tem 1 festival e 1 milhão de habitantes. Já na faixa de 2 milhões de habitantes por festival há o estado do Amazonas que conta com 2 festivais. O Pará é o estado que tem a pior posição na proporção entre habitante festival, com uma população de 8 milhões e contando com apenas 1 festival.

Desta forma, pode-se concluir que os festivais atendem a uma importante demanda do setor, e estão presentes em locais que contam com poucas atividades artísticas.

No entanto, quando visualizamos a distribuição espacial dos festivais, estes acabam, em sua maioria, reproduzindo os desequilíbrios regionais. As zonas mais desenvolvidas e com maior oferta de produtos culturais tendem a concentrar esses eventos em maior número. A relação entre o número de festivais e população mostra que os grandes estados concentram a maior parte desse tipo de evento.

5.3.2 *Terra deu, terra come* e a sua estratégia de distribuição alternativa

A proposta neste item é analisar como se deu a distribuição do filme *Terra deu, terra come* (2010), dirigido por Rodrigo Siqueira, que foi lançado concomitantemente em salas de cinema e em cineclubes pelo país, considerando ser este um modelo alternativo de circulação de filmes e de ampliação de mercados.

Mineiro, formado em jornalismo, Rodrigo trazia seu interesse pela distribuição e pelo circuito não-comercial antes mesmo da realização do filme. Ainda quando vivia em Belo Horizonte trabalhou na ONG Oficina de Imagens, que se dedicava à questão de alfabetização para mídia, com projetos ligados à Rádio Favela, que atuava em comunidades da região, e neste momento, segundo Rodrigo, ele já estava “ligado na comunicação alternativa”³⁰⁰.

Começou no cinema trabalhando na pesquisa de *Uma Onda no Ar* (2002), de Helvécio Ratton. Este filme de ficção conta a história de quatro meninos que vivem em uma favela na cidade de Belo Horizonte e no processo da construção de uma rádio comunitária, a Rádio Favela.

Nesse processo da pesquisa para o filme, Rodrigo teve contato com pessoas que lidavam com distribuição de informação alternativa, entre eles o Movimento de Rádios Livres e Movimento Hip Hop. Nesta oportunidade ele conheceu Milton Salles, primeiro empresário do grupo Racionais MC's, que foi uma figura importante na consolidação do gênero no país e que auxiliou na formação de público para o rap. Segundo Rodrigo, ele tinha uma visão muito interessante sobre o processo pois “achava que o dinheiro tinha que circular na mão de quem fazia” e o original era como ele fazia: pegava os discos pessoalmente e ia vender de loja em loja, “[...] vendendo os discos, convencendo os donos de loja a pegar por consignação, e assim ele foi, e chegou a vender 1 milhão de discos dos Racionais – Sobrevivendo no Inferno” (SIQUEIRA, 2016). Eles construíram assim, uma imagem de resistência à mídia hegemônica

300 SIQUEIRA, R. Entrevista pessoal concedida à autora em 2016.

confrontando os meios de comunicação. A partir dessa experiência e relação que teve com esses agentes da distribuição alternativa, possibilitado em função da ampla pesquisa realizada para o filme de Ratton, nasceu o primeiro documentário de Rodrigo, *Aqui favela – O rap representa* (2002), em codireção com Júnia Torres.

Rodrigo não pensava em fazer cinema, e para ele, quando o seu primeiro filme ficou pronto, não sabia exatamente o que fazer com ele, em qual local poderia exibi-lo. Na época ele e Júnia buscaram inscrevê-lo em alguns festivais, e ele circulou na Mostra Internacional do Filme Etnográfico do Rio de Janeiro e em Belo Horizonte. Nesta época Rodrigo já morava em São Paulo e passou a buscar outras maneiras de exibição. O filme ainda chegou a ser exibido em algumas mostras e festivais ligadas à temática negra e da música e, após algumas tentativas, eles conseguiram que o filme fosse exibido na TV Cultura, através de uma programação dentro da semana da consciência negra. Segundo Rodrigo, embora sua convivência tenha sido com a distribuição alternativa, ele reconhece que a exibição na televisão não se configura em uma experiência alternativa, mas fundamental, uma vez que o filme obteve 1 ponto de audiência no Ibope. Isso foi importante para ele vislumbrar o potencial que a televisão tem, pela sua capacidade de atingir um público amplo, mas segundo ele “ [...] não são todos documentários, não são todos tipos de documentários que vão bem na televisão, e as TVs nem sempre se interessam pelos documentários, então eu comecei a apreender um pouco mais sobre esse mundo” (SIQUEIRA, 2016).

Foi depois deste filme que Rodrigo realizou *Terra deu, terra come* (2010), cujo orçamento total foi de 270 mil, o que incluiu recursos federais via renúncia fiscal, regional do estado de São Paulo, e uma parcela pequena de investimento pessoal. O filme contou com um cuidado do realizador, que também fez a montagem para a qual dedicou quase um ano.

Após a finalização do filme, o teste é realizado com a exibição para alguns amigos que o avaliam positivamente. Mas, a certeza de que havia construído algo de qualidade veio com o retorno favorável dado por João Moreira Salles, para quem enviara uma cópia. Mais que isso, Salles havia passado o filme para Eduardo Coutinho que disse ter se surpreendido com a obra. Esse processo, nas palavras de Rodrigo resumem essa tomada de consciência de que se tratava de um bom filme:

“[...] ai eu quase morri do coração o dia que recebi um e-mail do João dizendo: ‘Rodrigo, o Coutinho entrou na redação da Piauí com os olhos brilhando, classificando o seu filme como extraordinário’. Daí eu pensei: ‘eu acho que eu fiz alguma coisa relevante’.” (SIQUEIRA, 2016).

Na sequência Rodrigo inscreveu o filme em festivais de cinema e foi selecionado para o *É Tudo Verdade*, do qual foi o grande vencedor em 2010. Isso contribuiria para a entrada de sua obra em outros festivais, o que, somado a discussões em torno do filme, críticas em jornais e revistas, criou um cenário propício para ampliar o seu alcance.

Nesse processo todo, Rodrigo pensou na Videofilmes (empresa de João Moreira Salles e Walter Salles) como uma possibilidade para a distribuição, e estabeleceu então um acordo com Mauricio Andrade Ramos, na época diretor executivo da empresa: a Videofilmes não distribuiria o filme, mas colaboraria com esse processo. A atuação direta de Ramos na relação com o exibidor e na negociação para manter o filme em cartaz, ficando a parte de produção e distribuição ficariam a cargo de Rodrigo.

Na negociação estabeleceu-se que a Videofilmes não investiria enquanto distribuidora, mas ao mesmo tempo abriria mão de sua comissão de distribuição sobre os possíveis lucros do filme.

A colaboração direta da experiente e qualificada equipe da Videofilmes foi, para Rodrigo, um grande processo de aprendizagem, além de algo fundamental para a resposta que o filme obteve. Ele pôde, igualmente, fazer uso do selo da Videofilmes, e dessa maneira, segundo seu depoimento “o filme ganhou uma estatura maior: ter a chancela de uma companhia de produção e de distribuição de filmes documentários brasileiros que é a mesma produtora do Coutinho [...]”.

Ramos chamou a atenção de Rodrigo para o fato de *Terra deu, terra come* possuía características de um filme pequeno do ponto de vista da distribuição, e atentou para a importância de termos noção do tamanho do filme na hora de pensar sua estratégia de distribuição. Como decorrência disso, Maurício apresentou Rodrigo ao exibidor Adhemar Oliveira.

Terra deu, terra come teve uma trajetória por vários eventos do cinema, como o Festival de Gramado, onde ganhou o prêmio de melhor filme nacional na categoria Trófeu Cidade de Gramado. Foi igualmente selecionado no Festival no DOK Leipzig na Alemanha, recebendo prêmio de revelação que gerou parte do dinheiro investido posteriormente em seu próximo filme, *Orestes* (2015). Recebeu ainda o prêmio como melhor documentário APCA, Melhor filme e melhor direção no Amazônia Doc, Melhor filme no BH Fórum Doc, melhor documentário na crítica no SESC Melhores filmes, entre outros.

Certo da qualidade do filme que tinha em mãos, e ciente de que não seria lançado em muitas salas, mas com o desejo de fazê-lo circular, Rodrigo começou uma pesquisa sobre possíveis locais de exibição além do circuito comercial. Foi então através do universo dos cineclubes que chegou ao programa do Ministério da Cultura, Cine Mais Cultura. Este buscava promover, via editais e parcerias, disponibilizar equipamentos audiovisuais de projeção digital para determinados espaços³⁰¹, assim como filmes brasileiros do catálogo da Programadora Brasil³⁰² e oficinas de capacitação cineclubista, atendendo preferencialmente periferias – uma ação iniciada em 2008 com a perspectiva de democratizar o acesso à cinematografia nacional, assim como a exibição não comercial de filmes. Estava prevista inclusive a formação de um banco de dados sobre o público frequentador desses espaços. Segundo dados do Minc, foram alcançados 1.043 espaços no país, o que é bastante relevante se pensarmos que contávamos com 3.160 salas de cinema em 2016³⁰³.

A Videofilmes não participou dessa etapa, mas Rodrigo contava sempre com a supervisão e apoio direto ou indireto de Mauricio Ramos, que lhe alertava sobre suas opções, sobre os prós e contras de uma distribuição alternativa. Segundo Rodrigo, Mauricio Andrade Ramos dizia: “o menor dos filmes ele tem que encontrar um espaço na economia do cinema”,

Estava já acertado na época que o filme seria exibido no circuito de Adhemar Oliveira, numa sala em São Paulo, uma no Rio de Janeiro e uma em Porto Alegre, e Rodrigo buscou ampliar essa repercussão através dos cineclubes. Dessa maneira, propôs uma parceria do Cine Mais Cultura com a sua produtora, 7Estrelo, para haver um lançamento simultâneo nacional entre a rede deles de cineclubes e sala de cinema.

Então o diretor investiu por conta própria neste processo: gravou centenas de DVDs e imprimiu cartazes e flyers, montando um kit que enviava aos cineclubes. A contrapartida que ele pedia era que esses cineclubes realizassem um debate sobre o filme e que mandassem um retorno de quantas sessões foram feitas, quantas pessoas viram o filme e

301 Segundo o Ministério da Cultura tratam-se de “bibliotecas comunitárias, pontos de cultura, associações de moradores ou até mesmo escolas e universidades da rede pública bem como prefeituras, sempre com o objetivo de favorecer o encontro e a integração do público brasileiro com a produção audiovisual de seu país”. Acesso: < <http://www.cultura.gov.br> > Acesso junho 2018.

302 Os filmes e vídeos pertencem ao catálogo da Programadora Brasil, programa realizado pela Secretaria do Audiovisual do Ministério da Cultura. Os filmes e vídeos nacionais em DVD são licenciados para exibição pública, por meio de permissão de uso. A Programadora reúne um acervo de aproximadamente 330 obras nacionais entre, curtas, médias e longas-metragens, de todos os gêneros. Pelo que constava no site do Minc, cada Cinema Mais Cultura teria dois anos para acessar até 12 programas por trimestre e fazer uma nova solicitação após a entrega dos relatórios das atividades. Eles deveriam exibir 60% de conteúdo nacional por ano, podendo ser ou não da Programadora Brasil, com total liberdade de escolha dos títulos das suas sessões.

303 O programa foi descontinuado, com a promessa de retornar associado a outros projetos.

que tipo de conteúdo foi levantado nas discussões. Desta maneira, Rodrigo enviava junto ao material uma carta se apresentando, explicando sobre o filme, assim como o questionário proposto, e depois criou um e-mail para que ele pudesse receber esse retorno dos cineclubes. Tudo isso era uma proposta, um convite; os cineclubes não tinham a obrigação nem sequer de exhibir o filme se não quisessem. Segundo Rodrigo, foi um risco que ele assumiu, enviando mais de 800 DVDs. Outro aspecto importante que ele propunha aos cineclubes é que eles exibisse o filme nas duas primeiras semanas do lançamento comercial em sala do filme, para “caracterizar como um lançamento nacional” (SIQUEIRA, 2016).

Esse primeiro contato com os cineclubes foi intermediado pelo Cinema Mais Cultura. O programa forneceu a Rodrigo os endereços físicos das associações, pontos de cultura e outros espaços que faziam parte desta ampla rede espalhada pelo país, e ele lhes enviou os kits do filme. Destes cineclubes, 165 responderam ao questionário e fizeram ao menos uma exibição nas primeiras semanas do lançamento. Essas informações foram organizadas por Rodrigo em tabelas e disponibilizadas no site do filme³⁰⁴. De acordo com elas, a adesão dos cineclubes resultou em 249 sessões realizadas para um total de 11.727 espectadores nos cineclubes, tendo sido exibido em 153 cidades. Como exemplo podemos citar a cidade de Antonina do Norte, no Ceará, que, em uma exibição na Secretaria Municipal de Educação, contou com 516 espectadores – sendo que a cidade em 2010 tinha menos de 7 mil habitantes. Outro exemplo é Crissiumal, cidade gaúcha com 14 mil residentes, onde o cineclubes Novas Fronteiras da Cultura realizou duas sessões para 392 espectadores.

No site do filme ele apresenta todos os dados coletados dos cineclubes, assim como apresenta rankings de seu filme considerando o público exclusivamente do cinema, e outro somando cinema mais cineclubes. Se considerarmos o ranking geral do cinema brasileiro em 2010, o filme ocupa, no primeiro cenário (público circuito comercial geral), o 47º lugar, no segundo cenário (público dos circuitos comercial e cineclubista), fica em 31º. Se restringirmos esse ranking aos documentários, na mesma analogia seu filme fica em 14º no primeiro cenário, e em 7º no segundo.

Mesmo após essas duas semanas, possivelmente o filme permaneceu em exibição, ou ainda foi exibido pela primeira vez, portanto Rodrigo não tem ideia de qual o público total que o seu filme alcançou de fato através desse circuito. Segundo suas contas, do total de 821 DVDs que Rodrigo enviou, descontados os 60 que retornaram em função do endereço não

304 Todas informações retiradas do site: <<http://terradeuterracome.com.br>> Acesso junho de 2018.

encontrado e os 165 cineclubes que deram um retorno, há um conjunto de mais de 500 estabelecimentos não mapeados. “Se eu imaginar que mais 150 de 500 (cineclubes) exibiram o filme, eu dobro o público, mas eu não posso fazer essa conta, eu fico elucubrando, especulando, mas não é improvável que isso tenha acontecido” (SIQUEIRA, 2016)³⁰⁵.

Para Rodrigo, o modelo adotado teve um alcance além do esperado. “Eu acho que o resultado que o filme alcançou foi extraordinariamente maior do que eu poderia ter feito se eu tivesse adotado uma estratégia de distribuição tradicional” (SIQUEIRA, 2016). O total gasto na distribuição para os cineclubes foi de aproximadamente 15 mil reais, valor praticamente simbólico levando em conta os orçamentos tradicionais do setor.

Esta iniciativa levantou muita reflexão sobre a distribuição de documentários, que neste caso articula voluntarismo com um lado artesanal. Ele foi procurado por outros diretores que buscaram modelos semelhantes de lançamento, utilizando-se desta rede para debater o filme e propor exhibições. Através dessa experiência pessoal de Rodrigo, podemos vislumbrar uma alternativa de exibição aos documentários. Estruturas mais articuladas poderiam se expandir para além dos festivais e salas de arte, ampliando inclusive e fundamentalmente o perfil do público, atingindo aqueles que não são frequentadores de sala de cinema e não vivem nos grandes centros urbanos. Essa rede pode ser igualmente um caminho para o grande número de documentários e ficções que são produzidas anualmente e não alcançam as salas de cinema.

Um espaço de discussão e reflexão sobre o documentário é importante por uma dimensão que vai além da lógica do mercado, na produção, distribuição, exibição. Por suas características particulares o documentário pode propiciar discussões de temas que perpassam questões políticas, sociais, ambientais, a serem realizadas em cineclubes, escolas, pontos de cultura ou sindicatos.

5.3.3 Alternativas de circulação e exibição: o caso da Taturana

Mudanças com a internet e a banda larga possibilitaram que o espectador tivesse contato com uma gama de novas opções de consumo, e tais mudanças auxiliaram na democratização do acesso à produção realizada no Brasil e fora dele. Antes de tratarmos do

305 Após esse processo, Frederico Cardoso, coordenador executivo do Cine Mais Cultura, assim como outros nomes, começaram uma discussão com a Ancine sobre a possibilidade de incorporar este público dos cineclubes ao público oficial do filme, não só deste, mas de outros. Uma discussão de se estendeu em fóruns de discussão, mesas de debates, ampliando a discussão em torno do filme *Terra deu, terra come*.

caso específico da Taturana Mobilização Social, vamos falar sobre as plataformas de forma mais ampla a fim de apresentar um pouco essa nova forma de consumo.

Isso se deu principalmente com o advento do Vídeo sob demanda (VoD), que cresceu muito no Brasil nos últimos anos. Ele estabeleceu uma mudança no acesso do público aos filmes, assim como na distribuição dos mesmos. O exemplo mais notável atualmente é a Netflix, que disponibiliza conteúdos via *streaming*³⁰⁶, onde o cliente tem à disposição séries e filmes, acessíveis em vários dispositivos, de TVs conectadas a smartphones, mediante pagamento mensal. Economicamente o Vídeo sob demanda (VoD) se apresenta de várias maneiras, vamos citar abaixo os três principais tipos:

1) *Subscription Video on demand* (SvoD – VoD por assinatura).

Seu principal exemplo é a Netflix que começou com um serviço de entrega de DVDs pelo correio nos Estados Unidos e apresenta hoje uma plataforma presente em mais de 190 países, que disponibiliza uma gama de filmes e séries, sendo uma parte cada vez maior delas produção própria do canal. O catálogo das produções, sejam elas nacionais ou não, varia muito em decorrência dos licenciamentos das obras, que variam de país para país. Na plataforma brasileira da Netflix podemos encontrar alguns documentários nacionais. Não são muitos, mas um exemplo interessante é o filme *Sal da Terra* (2015), uma coprodução entre Brasil, França e Itália, que foi lançado em sala de cinema pela distribuidora Imovision³⁰⁷, detentora dos direitos de exploração do mesmo, e posteriormente vendido para outras janelas, entre elas para a Netflix.

Um outro exemplo é a plataforma brasileira Philost, da Globosat. Ela também cobra uma mensalidade e dá acesso a um conjunto de documentários, séries, espetáculos de dança e música, embora o número de produções ainda seja restrito.

Diferentemente dos serviços de televisões a cabo tradicionais, que muitas vezes impõem multas e sanções em contratos de fidelidade, essa “assinatura digital” dos SVoD, pode, na maioria das vezes, ser cancelada a qualquer momento. Essa facilidade de assinar e cancelar está definindo estes tipos de serviços e toda a indústria de *streaming* em geral, que por sua vez precisa se esforçar para reter seus clientes.

306 É uma tecnologia que envia informações multimídia, através da transferência continua de dados, utilizando redes de computadores.

307 Os contratos estabelecidos entre a Netflix e uma distribuidora variam dependendo do filme, que pode ou não ter exclusividade, por um valor e período estabelecido de renovação. Os valores também levam em conta premiações que o filmes recebeu e seu desempenho no cinema.

2) *Transactional video on demand* (TvoD – VoD por transação)

É um outro tipo de VoD onde o pagamento é realizado por produto consumido. Alguns de seus maiores exemplos são o iTunes, Google Play e Net Now (para assinantes de planos HD da operadora NET), sendo que o serviço pode se aplicar também a filmes, séries e jogos. Podemos citar o exemplo da plataforma brasileira Looke, criada em 2015, que oferece um serviço de assinatura de filmes e séries sob demanda, mas certos filmes e séries só estão disponíveis para locação ou compra. Nesta plataforma vamos encontrar uma gama maior de documentários e filmes brasileiros de maneira geral.

Há também uma outra iniciativa recente no país, através da empresa de cinema e audiovisual de São Paulo, Spcine³⁰⁸, a Spcine Play. A plataforma é uma parceria público-privada entre a Spcine, a O2 Play – uma distribuidora ligada à produtora O2 Filmes – e o laboratório de soluções digitais Hacklab. Na plataforma, cujo foco é a produção nacional, podemos encontrar um conjunto de filmes que podem ser alugados. Ainda recente, a plataforma deve produzir e apresentar dados de audiência, o que é fundamental para um mercado que está buscando cada vez mais conhecer o perfil de seu público.

É possível observar que os filmes oferecidos no modelo TVoD, em alguns casos, são mais recentes do que aqueles oferecidos pela Netflix (aqui não levando em consideração a produção própria deles lançada na plataforma), pois através desse modelo, é possível obter uma renda maior por visualização de títulos e portanto remunerar melhor o detentor dos direitos do filme, mas isso varia dependendo do caso.

3) *Advertising video on demand* (AvoD – VoD baseado em publicidade)

Modelo em que o conteúdo é acessível de forma gratuita e a renda deste negócio se dá pela publicidade dos anunciantes, sendo seu maior exemplo o Youtube.

O que importa notar dessas inovações é que elas já alteram o consumo do produto cinematográfico, e o documentário está dentro deste mesmo caminho. Este pode ser um caminho interessante para um produto que tem encontrado pouco espaço nas salas de cinema e muitas vezes na própria televisão.

308 Mais informações sobre Spcine site: <www.spcine.com.br>. Acesso junho de 2018.

O controle de audiência dessas plataformas ajuda a melhor conhecer o consumidor do produto oferecido, pois é possível acompanhar o perfil dos filmes assistidos, se ele foi visto até o final, horários de visualização, auxiliando em um melhor conhecimento do perfil do público. No entanto, quando se trata de serviços privados, uma vez que essa informação tem grande valor estratégico, não é comum o serviço divulgar seus dados de audiência, a exemplo da Netflix. O fato de haver uma produção nacional sendo feita para esta plataforma tende a contribuir, em parte, para o movimento econômico e para o mercado de trabalho do setor, e haver um catálogo de filmes e séries brasileiros disponíveis para serem vistos em outros países pode ser um caminho interessante para a produção nacional. Contudo, uma avaliação concreta desses impactos ainda é difícil, uma vez que esses dados e informações econômicas não são disponíveis. O fato da Netflix realizar produções locais nos países onde ela está presente também se apresenta como um elemento conciliador em mercados nacionais de cinema mais protecionistas que veem com maus olhos a entrada de um agente internacional tão forte.

O abalo gerado pelas plataformas VoD na televisão e no seu consumo vem provocando constantes mudanças. Canais de televisão aberta ou a cabo no Brasil estão apostando em suas próprias plataformas, como é o caso da Rede Globo com a plataforma Globoplay ou a Globosat play. Através destes novos modelos de consumo as pessoas passaram a ter a opção de escolher a sua programação e o horário em que preferem assisti-la.

A mudança gerada por essas plataformas colocou em xeque inclusive o tradicional modelo de lançamento do filme primeiro em sala de cinema e depois partindo para as demais janelas. Com sua produção própria a Netflix pode fazer o seu lançamento diretamente em sua plataforma, ou ainda lançar em festivais de cinema, como foi o caso polêmico ocorrido no Festival de Cannes de 2017, quando dois filmes da plataforma foram selecionados: *Okja*, dirigido por Bong Joon-jo, e *The Meyerowitz Stories*, dirigido por Noah Baumbach. Isso provocou uma mudança nas regras do festival fazendo com que a partir de 2018 só pudessem ser exibidos filmes posteriormente exibidos em salas de cinema tradicionais. Essa solução não deixa de levantar algumas perguntas: haverá espaço para todas as produções que passam pelo festival nas salas de cinema? Em que condições os filmes menos falados, não premiados, serão lançados? Ao mesmo tempo é interessante refletir sobre o fato de que, tradicionalmente as salas de cinema são as lançadoras, o local onde vamos assistir a um filme primeiro.

O mercado e seus valores também passam a mudar com esta nova lógica. O mercado de *homevideo*, por exemplo, sofreu barbaramente com essa mudança de patamares: livrarias que realizam a venda de DVDs de filmes que já têm sua exibição disponibilizada na plataforma também não querem mais pagar os preços que pagavam anteriormente. Outra mudança se dá nas estratégias de distribuição das obras. Quando se vai lançar um documentário no cinema, é preciso pensar no tamanho deste lançamento e saber quanto irá ser investido. Para calcular o sucesso de um filme não se pode só considerar o público do filme, mas sim o quanto se gastou no seu lançamento, e aí fazer a conta. A lógica do lançamento nessas novas plataformas envolve todo um novo ajuste nesses cálculos, e é uma grande questão a maneira em que isso será transformado daqui para frente.

Não podemos deixar de mencionar que uma plataforma VoD abrangente como a Netflix, com um número elevado de assinantes, sempre busca determinados filmes que ela considere que são interessantes para aquele perfil de assinante. Através da análise desses dados de que só ela dispõe, ela busca analisar o perfil, o gosto, e passa a produzir filmes focando neste público.

Os documentários disponíveis nessas plataformas VoD são na maior parte das vezes séries, programas, filmes temáticos sobre história, natureza, culinária, saúde, onde prevalece um caráter educativo didático. Há ainda documentários de personalidades já conhecidas do espectador, como cantores, músicos e esportistas. Fora disso, é raro o espaço destinado ao documentário autoral, ou seja, aquele que traz um olhar original e subjetivo da realidade, que pode ser sobre qualquer temática, pois o que está em jogo é sobretudo a sua narrativa. A falta de espaço que esses filmes têm encontrado dificulta inclusive a comercialização da maior parte da atual produção desses filmes no país, principalmente aqueles destinados à sala de cinema e que não necessariamente têm um acordo de exibição com um canal de televisão. Há uma empresa brasileira que realiza a intermediação das distribuidoras dos filmes com as plataformas VoD: a Sofá Digital, empresa de Fabio Lima³⁰⁹. Ela realiza a ponte, o meio de campo, entre esses dois elos da cadeia, assim como garante que os padrões técnicos sejam cumpridos.

309 Atual diretor da Sofá Digital. Foi diretor da Mobz – cinema sob demanda que atuava na produção e distribuição de conteúdos digitais e foi igualmente um dos sócios-fundadores da Rain Network que foi uma empresa de distribuição digital para cinemas independentes.

O exemplo que vamos analisar neste item é o funcionamento da empresa *Taturana Mobilização Social* como um modelo interessante para ser pensado para a exibição do documentário nacional. A Taturana é comandada pelas sócias Livia Almendary e Carol Misorelli, e hoje realiza um trabalho diferenciado na perspectiva de pensar novos modelos de distribuição para atingir novos públicos para o documentário nacional.

O primeiro trabalho desenvolvido por elas foi com o documentário *Elena*, de Petra Costa. Na época a documentarista havia ganhado uma bolsa de estudo de 10 mil dólares do Fundo Latino Americano de Artes do Instituto de Cinema Tribeca em Nova Iorque. Com o prêmio, ela investiu na realização da campanha social na época de lançamento do filme. No filme, Livia e Carol trabalharam para acionar públicos específicos, com eixos temáticos interessados no filme, como gênero, saúde mental, juventude. Também buscaram mapear possíveis pessoas interessadas, desde acadêmicos, coletivos, grupos de base que trabalhassem sobre esses temas e fizeram aproximadamente 20 sessões para essas pessoas antes de o filme ser lançado no cinema. O objetivo na época era ver como o filme poderia ser interessante no ambiente de trabalho daquelas pessoas, como a temática, por exemplo do suicídio poderia gerar debate em uma sala de aula, ou em um ponto de cultura, ou ainda em uma universidade. Segundo Livia era um trabalho de “engajar essas pessoas mobilizadas”, fazendo com que elas levassem os filmes para as suas “bases” e debatessem sobre ele, escrevessem sobre ele. No caso de *Elena*, ela cita o exemplo de pessoas ligadas a área de saúde, que em alguns casos pensaram em campanhas para conscientização e prevenção do suicídio. A partir daí, essas pessoas mobilizadas passaram a ser o que Livia intitula “missionárias do filme”, ou seja, elas passaram a divulgar o filme. É importante pontuar que esse processo é feito antes do lançamento do filme nas salas de cinema. Há nesta experiência um primeiro rompimento com aquilo que ainda é praxe do mercado: o filme não ser exibido publicamente antes de seu lançamento comercial, sob justificativa de uma perda de público. A proposta da Taturana é que esta exibição antes do lançamento seja controlada seguindo alguns critérios, como ser feito com um grupo específico de pessoas que se propõem a não projetar o filme publicamente fora desses espaços pré-estabelecidos.

A perspectiva defendida pela Taturana aqui é que quando o filme chegue a uma sala de cinema ele já tenha uma rede formada de pessoas interessadas em assisti-lo, pessoas que tiveram seu interesse despertado através de comentários ouvidos, artigos lidos, discussões que foram levantadas. Isso se torna fundamental na perspectiva de Livia, uma vez que, na

maior parte dos casos, o documentário permanece pouco tempo no cinema, não havendo tempo para que, enquanto esteja em cartaz, consiga chamar a atenção das-pessoas através do boca a boca para irem às salas. O tempo é muito limitado, ainda mais se pensarmos que a maior parte dos documentários não contam com um número grande de cópias, ficando restrito a poucas salas. Portanto esse processo de “mobilização” do público pode ser pensado antes do lançamento, ou ainda na pré-produção do filme. Quanto mais tempo, mais pode-se trabalhar essa rede a fim de atingir esse futuro potencial público para o filme. Estas ações unidas a um trabalho de redes sociais – uma vez que *Elena* foi um dos primeiros documentários a trabalhar efetivamente com as redes sociais – contribuíram com o resultado, tendo alcançado um público acima da média, mas principalmente, resultando em um dos documentários mais debatidos nos últimos anos no país.

Segundo Livia, após a exibição comercial, ficou evidenciando no processo que as pessoas que auxiliaram previamente na mobilização do filme também se mostraram interessadas em levar *Elena* para suas instâncias, escolas, universidades, pontos de cultura, entre outros. Isso evidenciou, segundo Livia, que essa rede mobilizada previamente para o filme poderia ser igualmente um futuro polo de exibição do mesmo.

Após a experiência de *Elena*, a Taturana passou a fazer o que Livia intitula, “cauda longa de um filme” referência à teoria da cauda longa de Chris Anderson³¹⁰, no sentido de que o filme ainda tem uma trajetória após a sua exploração comercial, focada em nichos. Após o lançamento comercial do filme, a Taturana aciona a sua rede mobilizada previamente, a fim de que eles tenham acesso ao filme para exibi-lo em seus espaços através de uma sessão coletiva. Dessa maneira a Taturana percebeu que o documentário pode alcançar públicos expressivos em outras janelas.

Esse processo de liberação do filme para essas exibições é negociado previamente com os produtores, distribuidores e exibidores. A negociação varia dependendo do caso, mas no processo de lançamento de um filme, a Taturana pode trabalhar em parceria com a distribuidora comercial, “servindo-se” da comunicação e do marketing gerado por um lançamento comercial, o que é igualmente importante para uma resposta positiva deste nas salas de cinema.

Idealmente, para que o processo funcione bem, o trabalho deve começar antes do lançamento comercial e se estender depois. Segundo Livia, o trabalho pode ocorrer de duas

310 ANDERSON, Chris. *A Cauda Longa: Do mercado de massa para o mercado de nicho*. São Paulo: Campus, 2006.

maneiras. Na primeira delas, a Taturana entra na fase de distribuição, ou seja, realiza o trabalho de mapeamento e ativação dos possíveis interessados no filme, um mês antes do lançamento; e dois ou três meses após o lançamento, trabalha com essa rede gerada, para que ela agora exiba o filme em seus locais, agendando via plataforma³¹¹ desenvolvida para tanto. A segunda maneira é quando a Taturana entra na fase de projeto, que é quando ela, seguindo os mesmos princípios citados, poderá estabelecer um plano mais longo de difusão e de ações de mobilização.

Em relação à exibição posterior do filme no circuito não comercial, habitualmente, a produtora e a Taturana estabelecem um contrato, onde esta última detém os direitos de exibição não comercial do filme pelo tempo que a produtora desejar. Os filmes ficam disponíveis através da plataforma da Taturana, e são em sua maior parte nacionais, curtas, médias ou longas-metragens, sendo uma boa parte deles documentários. As temáticas perpassam, por exemplo, questões de gênero, indígenas, meio ambiente, saúde mental, mobilidade urbana, entre outros.

Outras iniciativas semelhantes à Taturana já existem, por exemplo a plataforma Videocamp³¹², que busca trazer novas perspectivas e fomentar novos públicos para o documentário.

O foco da Taturana é, nas palavras de Livia, gerar “impacto e diálogo”; os debates são um caminho para que os filmes repercutam. Esse impacto pode resultar em uma resposta maior ou menor nas salas de cinema, mas o objetivo aqui é a geração de um impacto proporcional ao tamanho do filme.

O funcionamento das sessões de exibição do filme é via plataforma, após um preenchimento cadastral. Quando se efetua o cadastro no site para a realização de uma sessão, a contrapartida exigida pela exibição é o preenchimento de um relatório na plataforma, que, entre outras informações, busca saber o número de pessoas que assistiram ao filme. A Taturana propõe a assinatura de um contrato digital onde a pessoa se compromete a não exibir o filme em outros locais além daquele em que ela se propôs. Posteriormente, essas

311Plataforma da Taturana. Link: < www.taturanamobi.com.br > Acesso junho 2018.

312A Videocamp filmes que transformam é uma plataforma que apresenta filmes nacionais e internacionais com o objetivo de propor sessões públicas e gratuitas. Através do cadastro no site é possível se tornar um exibidor e escolher os filmes desejados. Uma vez agendada a exibição a Videocamp buscar auxiliar na divulgação e também fornecerá materiais de divulgação do filme, como um guia prático para auxiliar nas discussões e debates do filme ou material de apoio. Um dos requisitos é que o público mínimo seja de 5 pessoas e esse número seja divulgado, assim como envio de fotos da sessão que fazem parte de um relatório de exibição feito após a sessão. O acesso ao filme se dará através de download ou transmissão online. Mais informações no site: <www.videocamp.com/pt> Acesso, junho de 2018.

informações sobre esse processo de mobilização e exibição geradas são mapeadas e transformadas em dados estatísticos pela Taturana, e ficam disponíveis de forma pública na plataforma.

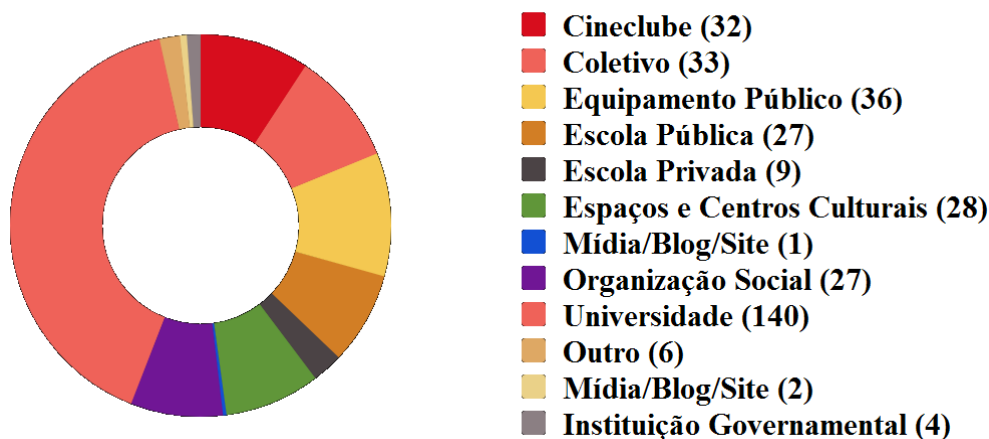
Outro exemplo de documentário trabalhado pela Taturana foi *Paratodos* (2016), dirigido por Marcelo Mesquita, bom exemplo para mostrar como um trabalho mais longo de difusão pode trazer resultados interessantes. Neste filme, a Taturana entrou com o projeto de difusão do filme em escolas públicas. As ações realizadas mobilizaram escolas, associações que trabalhassem com a temática do filme, a trajetória de atletas paraolímpicos. Foi um trabalho realizado ao longo de um ano antes do lançamento do filme no cinema.

O documentário foi patrocinado pela Caixa Econômica Federal e lançado nos cinemas pela O2 Play, e obteve 3.146 espectadores. Atualmente ele se não encontra mais na plataforma da Taturana, mas na plataforma da SPCINE – Spcine play³¹³.

Paralelamente à exibição comercial, o filme entrou em cartaz nas escolas públicas. O cálculo aproximado é que ele tenha sido visto por 200 mil estudantes, pois neste caso como o envio do relatório era opcional, nem todas as pessoas enviaram. A Taturana dispõe de relatórios que comprovam que o filme foi visto por 66 mil estudantes, o que já é bem acima da média dos documentários. Todo esse movimento gerado auxiliou e deu força ao filme para que ele fosse exibido no cinema, e posteriormente na Netflix.

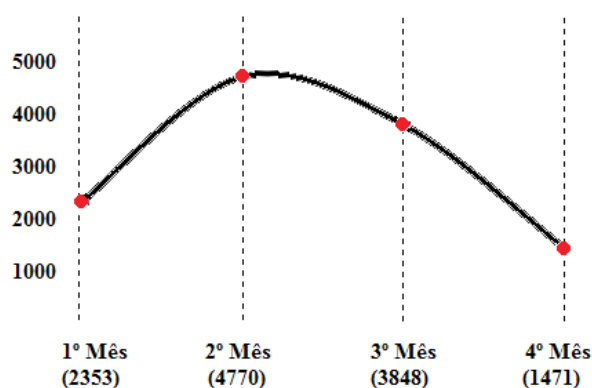
Outro exemplo interessante é o filme *Sem Pena* (2014), de Eugenio Pippo, que através da mobilização da Taturana atingiu um público de mais de 19 mil espectadores, atuando em 157 municípios em 74 sessões. Na sala de cinema ele alcançou um público de 7.434, sendo a maior parte das exibições (186) aconteceu no Sudeste. Conforme os dados mapeados pela Taturana sobre esse filme e apresentados abaixo, podemos verificar as informações mencionadas. Primeiramente os locais onde o filme foi mais assistido.

313 Spcine Play é uma plataforma de Video sob demanda criado pela SPCINE em parceria com a O2 Play e a empresa Hacklab com foco na produção nacional. Mais informações: site: <www.spcineplay.com.br>. Acesso junho de 2018.

Gráfico 30 – Locais que exibiram o documentário *Sem Pena* (2014)

Fonte e Elaboração: Taturana Mobilização Social

Neste caso podemos verificar que o espaço onde ele mais circulou foi nas universidades (140), e a área de atuação mais forte foi a educação. O interessante deste perfil de dado é que ajuda a visualizar as temáticas que podem ser mais interessantes a determinados setores da sociedade, o que tem muito a contribuir no caminho de uma construção de novos públicos. No próximo gráfico podemos verificar a trajetória do filme neste circuito não comercial.

Gráfico 31 – Exposição do documentário *Sem Pena* (2014)

- 19125 espectadores em 47 sessões com relatório de impacto
- 74 sessões realizadas

Fonte e Elaboração: Taturana Mobilização Social

O processo de planejar as sessões após o filme ter feito sua carreira no circuito comercial ocorre através da plataforma da Taturana. Essas sessões são realizadas com total autonomia e liberdade do responsável. Segundo Livia, a Taturana só influencia diretamente neste desenrolar quando está gerindo o processo de mobilização antes de um lançamento comercial, mas ainda assim, tudo depende do planejamento de cada filme em questão.

Um dos aspectos interessantes propostos pela Taturana é o incentivo ao debate nas sessões. A perspectiva portanto é uma projeção para mais pessoas e não uma exibição individual ou familiar. Essa ideia do debate sobre um tema é incentivada, mas não é obrigatória. Segundo Livia, a proposta é uma “[...] exibição coletiva com roda de conversa, para gerar diálogo sobre temas sociais relevantes”.

A Taturana tem um *mailing* de 4.500 contatos, mas cadastrados no site são aproximadamente 3 mil, visto que a plataforma só foi criada em 2016, então nem todos se registraram ainda. Uma vez inscrita, a instituição, universidade ou associação passa a receber a agenda da Taturana com os filmes disponíveis no catálogo. Essa rede foi criada em função da temática dos filmes já trabalhados (escolas, centros culturais, universidades, cineclubes, instituições, organizações sociais, etc.). Através da plataforma podemos igualmente ter conhecimento de todas sessões que estão agendada dos filmes, com o dia e local onde acontecerão.

Pela experiência com os filmes trabalhados, Livia relata que com um período mais longo de mobilização conseguem atingir aproximadamente 20 mil pessoas, enquanto em processos mais curtos, de 3 a 7 mil. Após o lançamento comercial, o período em que o filme costuma ser trabalhado é de 3 meses.

A equipe que trabalha com as sócias Livia e Carol são montadas por filme, e o número depende do tamanho do projeto. O grupo montado para a mobilização pode ser formado por pessoas ligadas ao filme, como foi o caso de *Escolas em Luta* (2017)³¹⁴, de Eduardo Consonni, Rodrigo T. Marques e Tiago Tambelli, onde a assistente de Livia foi uma aluna secundarista que estava no movimento apresentado pelo filme, e a função dela foi de mobilizar os estudantes a irem nas sessões.

Com os anos de experiência, a Taturana foi aprimorando seus mecanismos, e a partir de 2016 tornou-se legalmente uma distribuidora, passando a poder demandar recursos

314 O filme é sobre o movimentos dos estudantes secundaristas que surgiu no ano de 2015, em São Paulo, após o decreto oficial que determinava o fechamento de 94 escolas. Segundo dados da Taturana, o filme foi visto por 737 espectadores em 39 sessões.

públicos para a distribuição comercial como uma empresa distribuidora, assim como realizando o lançamento em sala dos filmes.

O mecanismo proposto pelas sócias era de que na primeira sessão da obra, ou em uma pré-estreia, houvesse uma sessão debate com a presença do diretor. Isso mobilizou público para as salas, algo que, segundo Livia, embora simples, requer um planejamento, como dispor de um microfone e em alguns casos ocupar o horário da sessão seguinte.

Dessa maneira, a Taturana passou a apresentar um modelo um pouco diferente aos exibidores que é propor poucas sessões, às vezes uma só, mas que seja uma sessão cheia, e dependendo da repercussão, pode ser ampliada ou não. Segundo Livia, uma mobilização bem feita pode manter um filme em cartaz, mesmo que por menos tempo, com uma concentração de público nas semanas em questão. Segundo sua experiência, um tempo menor em cartaz, somado a uma atuação para mobilizar e concentrar esse público neste período, pode atingir a quase totalidade do público-alvo que aquele filme alcançaria no cinema, mesmo que ficasse mais tempo. Mas para tanto, leva-se em conta outras variáveis como o tamanho do filme, buscando-se equalizar esses custos, visto que um filme em cartaz também custa caro.

Com essa redução do tempo em cartaz abrem-se maiores possibilidades de negociações, como dos horários das sessões. Ou seja, em vez de ficar mais tempo em cartaz em um horário específico, que às vezes é no meio da tarde e beneficia pouco o documentário, conseguem negociar mais horários com o argumento de ficar menos tempo em cartaz.

Nessa relação de gastos, Livia cita o exemplo do documentário *Ilegal* (2014), dirigido por Raphael Erichsen e Tarso Araújo, no qual foram investidos R\$ 100 mil para o lançamento no cinema, alcançando 25 salas e obtendo 5.659 espectadores³¹⁵. Pela exibição posterior, através da rede proposta pela Taturana, foram investidos R\$ 10 mil e obtidos 5.724 espectadores, praticamente o número de espectadores, mas por um décimo do valor. Resultados como esse colocam novas questões para a produção de um filme, envolvendo o investimento na distribuição, a expectativa de público e as janelas que se quer priorizar.

A Taturana levanta algumas questões sobre a exibição para além das salas de cinema. Indagações sobre o porquê desses números levantados nas janelas alternativas não entrarem na contabilidade da Ancine. Questões que já foram trazidas por Rodrigo Siqueira com sua distribuição de *Terra deu, terra come* (2010). O número de espectadores nas salas de cinema segue sendo um fator importante para o currículo do produtor ou diretor, para o

315 Segundo dados do OCA.

recebimento de determinados recursos, e a exigência da exibição em sala de alguns mecanismos de incentivo seguem potencializando o poder das salas. Uma reflexão que vai ser feita nos próximos anos é por quanto tempo esse poder deve continuar, diante da força e importância crescente das outras janelas de exibição dos filmes.

CONCLUSÃO

Quais são as estratégias para a expansão do mercado do documentário?

Para respondê-la buscamos, através dos cinco capítulos, trazer reflexões que contribuam neste sentido. Numa primeira etapa, buscamos apresentar como se deu o desenvolvimento desses mercados nos contextos econômicos, sociais e políticos de cada país e como eles vêm sendo regulamentados – ou não – pelos seus respectivos Estados.

No caso brasileiro, a presença do Estado, seja na regulamentação ou no investimento na indústria cinematográfica, se deu a partir de 1930 quando o governo lhe dedicou atenção, tanto como elemento importante no campo educacional quanto como veículo de propaganda política. Inicialmente, o rádio ocupou um papel central, mas o poder da imagem foi logo captado pelos governos autoritários, fascistas e totalitários da época. O Brasil não fugiu à regra. Os anos 1930 e 1940 foram pródigos neste campo. Posteriormente, os vários modelos tentados (o estúdio ‘clássico’ da Vera Cruz ou a ‘chanchada’ carioca da Atlântida; o Cinema Novo dos anos 60; as experiências regionais) não encontraram um ponto de articulação que pudesse fazer do cinema brasileiro um setor com uma continuidade e uma estrutura mais sólida. Altos e baixos marcam essa trajetória.

O novo período autoritário dos anos 1960-1970 marcou a retomada da relação Estado-cinema. Mesmo contraditórios, às vezes, os objetivos do regime militar e dos grupos ligados ao cinema acabaram por se encontrar na criação da Embrafilme. Esta fusão de interesses diversificados levou a um novo período de crescimento da produção nacional, abrindo caminhos, definindo rotas, apresentando novos atores no jogo. É o caso da entrada da TV como partícipe dessa negociação. Não há como desvincular a atividade cinematográfica (ou audiovisual) no Brasil dos caminhos seguidos pelos governos que, ao longo do século XX, ocuparam o aparelho do Estado, até que os ventos do neoliberalismo dos anos 1990 abalassem profundamente o setor que apenas retomou seu ritmo, sobre novas bases, nos anos 2000.

Com relação à França, o objetivo de mostrar a articulação das políticas públicas ligadas ao cinema ao longo de mais de um século de história deveu-se ao fato de este país ser o local onde esses processos se iniciaram de maneira mais sistematizada, e onde as primeiras

experiências, tanto em termos de produção, distribuição e exibição, quanto no que toca a políticas, foram realizadas.

O reconhecimento do setor como uma indústria e como tal merecedora de políticas específicas, abre a fase Malraux e a ampliação do campo na relação cinema-Estado. A sequência de governos, independentemente de seu posicionamento ideológico, parece não ter alterado essa diretiva.

Numa segunda etapa, trouxemos o desempenho do documentário contemporâneo no que tange a alguns aspectos da produção, distribuição e exibição na sala de cinema e na televisão, através de dados estatísticos sobre o setor. No plano dos dados brasileiros contamos com o Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (OCA), que atualmente dispõe de um conjunto amplo de dados do mercado audiovisual abertos ao público, fundamental para a uma análise pelo próprio governo de suas ações e políticas públicas para a cultura, assim como pelo mercado e seus agentes. Uma boa parte dos dados analisados na pesquisa eram primários e englobavam ficção, animação e documentário, e por isso foi preciso excluir informações dos dois primeiros a fim de poder fazer uma análise específica deste setor.

No mercado francês contamos igualmente com um conjunto de dados estatísticos, assim como publicações e dossiês que envolvem o setor. O CNC disponibiliza uma gama de informações sobre o setor publicadas em relatórios e, estudos aprofundados sobre o cinema e audiovisual. O estudo *O mercado do documentário (Le marché du documentaire)* traz uma quantidade ampla de dados primários sobre o gênero, o que foi fundamental para esta pesquisa e para avaliar a dimensão do volume de dados de que esse mercado dispõe. A França possui uma tradição na produção de estudos econômicos sobre o seu mercado cultural. São na maior parte das vezes encomendas feitas pelo Ministério da Cultura a fim de analisar um aspecto do setor. São estudos públicos que podem colaborar para o entendimento das práticas do setor, bem como no direcionamento de políticas públicas neste campo. Este foi o caso do estudo *Le documentaire dans tous ses états*, fundamental para a reforma da Cosip mencionada no capítulo 3, uma vez que constatou-se que o sistema de auxílio em vigor ameaçava a diversidade da criação documentária, bem como levava a uma formatação das obras.

Constatamos igualmente uma prática na realização de estudos e pesquisas também por parte das associações e grupos do setor, entre os quais podemos citar “Do que vivem os documentaristas? Um estudo sobre a remuneração dos documentaristas”³¹⁶ “Produção

316 “De quoi les documentaristes vivent-ils? Une étude Scam sur la rémunération des documentaristes”. Estudo realizado pela Sociedade de autores multimídia Scam e escrito por Béatrice Mondenard, em 2018.

documental, um olhar hexagonal”³¹⁷; “O estado do documentário 2000-2010 – O lugar da criação na produção documental”³¹⁸; e “Escrever e acompanhar o cinema documental”³¹⁹. Esses estudos, através de sua base material, dão força e colaboram na sustentação dos argumentos trazidos por esse conjunto de associações e grupos que defendem o documentário na França.

É importante pontuar que tanto os dados do CNC como da Ancine através do OCA são oficiais e colaboram no entendimento de práticas e tendências do mercado audiovisual da França e do Brasil. No entanto, é preciso atentar para o fato de que os dados podem, às vezes, omitir alguns aspectos das situações que apresentam. Por essa razão, se torna central a atuação dos setores de base (como diretores e produtores) organizados em associações, pois eles podem tanto fazer uma leitura crítica desses números, quanto elaborar dados próprios, disponibilizando informações que muitas vezes não são abarcadas pelos dados oficiais. Uma vez que estamos tratando de um mercado cultural baseado na diversidade, pequenas e médias produções podem ter percorrido um ciclo econômico sem nunca terem sido exibidas no cinema – o que as torna, nas métricas atuais, invisíveis ao Estado.

Para a análise do mercado do Brasil e da França, trabalhamos primordialmente com os dados do circuito comercial de cinema, assim como alguns números sobre a televisão. Concluimos que, embora ambos os países disponham de um grande número de informações sobre o mercado e suas indústrias audiovisuais – a França em maior quantidade e detalhamento do que o Brasil –, o documentário ainda carece de dados mais apurados sobre a sua trajetória no mercado, visto que são produções que circulam em vários locais, como festivais, canais de televisão, mostras de cinema, escolas, cineclubes, entre outros. São produções que acabam sendo economicamente penalizadas por terem somente os números da sala de cinema como referencial de sucesso. Nem no Brasil, nem na França essas demais janelas são mapeadas de forma organizada, com um sistema rápido, integrado e seguro (como as bilheterias no cinema), mas seria um caminho a ser almejado.

O desempenho do documentário nas salas de cinema no Brasil e na França depende de um conjunto de variáveis, como orçamento, tipo de distribuição, número de salas, tempo em cartaz, e, no caso brasileiro, constatou-se, no período analisado, que o público desse

317 “Production documentaire, un regard hexagonal. Estudo produzido pela Associação Filmes na Bretanha, em 2017, e escrito por Anne Feillou e Élisabeth Clément.

318 “L’état du documentaire 2000-2010. La place de la création dans la production documentaire”. Estudo realizado pela Rede de organizações do documentário (ROD), em 2011.

319 “Écrire et accompagner le cinéma documentaire”. Estudo produzido pela Scam, Associação de Cinema Independente (Acid) e Sociedade de realizadores de filmes (SRF), e escrito por Béatrice Mondenard, em 2016.

gênero nas salas não aumentou na mesma medida que o número de lançamentos. Um maior número de filmes trouxe como consequência uma maior fragmentação do público em seu conjunto. Pudemos concluir pelas informações fornecidas que eles são lançados em um número pequeno de salas – praticamente 80% em até dez salas, e um quarto em 1 ou 2 salas. A consequência de um lançamento pequeno também é, na maior parte das vezes, o filme não obter um bom desempenho de bilheteria. Em relação aos públicos, 50% dos documentários lançados tiveram menos de 2 mil espectadores, e os filmes que conseguem obter mais de 15 mil espectadores já são a exceção. Os documentários brasileiros de longa-metragem exibidos em sala no Brasil que acabam tendo uma melhor resposta de público tratam de temáticas sobre música e esporte (sendo que alguns deles também contaram com a distribuição de *majors*, fator decisivo nessa ampliação).

As salas de cinema de arte são o local mais procurado pelo documentário, visto que apresentam maior abertura para sua exibição. Elas também são muito requisitadas pela ficção nacional independente, assim como por boa parte das produções independentes internacionais, o que acentua a concorrência por espaço. O Brasil carece de salas de cinema, mas necessita primordialmente de salas de arte, pois sem haver essa diferenciação, podemos correr o risco de ampliar nosso parque exibidor exclusivamente para que este siga sendo preenchido pelos mesmos filmes. No mercado cinematográfico francês, 42% das salas são *Art et Essai*, o que é o grande garantidor da diversidade da exibição dos filmes no país.

No cenário francês, pontuamos que o número de documentários lançados nas salas de cinema também está aumentando, e parte desta produção é viável em função dos auxílios recebidos do Estado e das regiões. A importância que as salas *Art et Essai* desempenham para a diversidade de programação nas salas francesas, assim como para o documentário, é evidente. Entre 2000 e 2016, de todos os documentários que foram lançados comercialmente, 86,3% deles foram classificados como *Art et Essai*, o que lhes habilita a ser exibido em uma sala *Art et Essai*. O documentário francês também tem lançamentos com menor número de cópias – 54% deles foram lançados em até 10 salas e o retorno de público desses filmes tem ficado abaixo de 20 mil espectadores, sendo que os sucessos de público são a exceção. No caso francês, a temática que atrai mais público são filmes que tratam de temas da natureza.

Um dos dados mais interessantes apresentados pelo *Marché du documentaire* diz respeito ao tempo que o documentário leva para alcançar o seu público na sala de cinema. Segundo o estudo, este precisa se manter 17 semanas em cartaz para conseguir alcançar 90%

do seu público, o que demandaria que este fosse capaz de se manter 4 meses em cartaz. De acordo com a publicação, o documentário demora mais tempo para alcançar o seu público do que um filme de ficção. Portanto, o fraco desempenho da maior parte dos documentários na sala de cinema também pode ter relação com o tempo de exposição pequeno, decorrência igualmente do alto número de lançamentos, o que não é uma exclusividade do Brasil.

Quando passamos a analisar os dados referentes à televisão, as relações entre os dois países mudam. Na França, é patente a importância da TV para o mercado do documentário, viabilizada por uma regulamentação por parte do Estado de um setor estratégico na manutenção desse mercado. Historicamente, isso aconteceu graças à implementação de três mecanismos: taxas cobradas dos canais que vão gerar o fundo do CNC; o investimento nas produções (em parte decorrente de exigência da lei); e as cotas de exibição (também determinação legal). Dentro do conjunto de dados analisados, foi possível verificar a importância que assumem os canais nacionais públicos, tanto para a produção quanto para a exibição do documentário.

Já o Brasil colocou em prática tardiamente sua legislação no que tange as cotas de exibição de programação nacional na televisão. Com os dados analisados, pudemos concluir que a televisão aberta exibe quase nenhuma produção nacional produzida fora das suas estruturas; não investe, nem exibe. Trata-se de um setor pouco regulamentado, mesmo que já tenham existido tentativas. No âmbito da televisão paga, com a aprovação da Lei 12.485 – Lei da TV paga –, os resultados ainda são recentes, mas têm demonstrado efeitos importantes quanto aos documentários. Ela tem contribuído com a exibição de longas-metragens na rede de canais, assim como tem colaborado na coprodução de programas e séries documentais, favorecendo a tão esperada aproximação entre a televisão e os produtores e diretores independentes. No entanto, esse processo deve ser observado e analisado periodicamente, visto que é arriscado considerar que a legislação por si só dará conta de controlar práticas de mercado que tendem a reduzir a diversidade do documentário. Nesse sentido, convém levar em conta que o próprio modelo francês, partindo de uma relação estável com a televisão, constatou recentemente que a diversidade do documentário estava em risco, o que resultou na produção de relatórios, mobilização atores do mercado que, em diálogo com o CNC, obtiveram reformas legislativas no sistema de auxílios.

Na França, a diversidade é um dos grandes objetivos das políticas culturais. [...] As políticas públicas da diversidade e suas modalidades merecem, por conseguinte, ser

examinadas para que as condições de sua eficácia sejam mais bem conhecidas. A diversidade dos filmes e dos lugares é com efeito essencial, e o “livre mercado” não garante em absoluto sua preservação. (CRETON, 2013, p. 192).

Esse acompanhamento dos efeitos que a regulamentação produz no mercado se dá portanto pela produção de dados, relatórios e estudos; pela organização e atuação política dos agentes ligados ao documentário; e pelo diálogo com o Estado, em consequência do qual se pode concretizar as mudanças desejadas.

Complementarmente, apresentamos também iniciativas brasileiras e francesas que têm colaborado com a circulação do documentário, oriundas tanto de ações individuais provenientes do mercado e de agentes do setor, quanto de auxílios do Ministério da Cultura.

Mostramos três eventos presentes na França que dão conta de três tipos diferentes de mercado para o documentário. Primeiro o *Sunny Side of The Doc*, focado no documentário feito para a televisão, que contribuiu para o incentivo à coprodução entre canais franceses e de outros países. Trata-se de um espaço onde se estabelecem relações para projetos televisivos com uma perspectiva de impulsionar documentários de grandes temas históricos, de natureza, e que visem um público mais amplo.

Já o modelo que existe na cidade de Lussas, no departamento de Ardèche, traz uma outra perspectiva para o gênero através do evento *Estados Gerais do Documentário*. Diferentemente do *Sunny Side*, trata-se de um evento onde filmes autorais marcam presença e que agrupa a criação, circulação e exibição de documentários, atentando igualmente à preservação e catalogação dessas produções, tendo o público acesso às obras através da Casa do documentário.

O outro exemplo analisado foi *O Mês do Filme Documentário*, que busca dar mais expressividade às coleções de obras que são compradas pelas bibliotecas francesas através deste evento anual. Trata-se de um conjunto de ações que compreende um trabalho de formação de profissionais, incitando-os a montar exposições sobre esses filmes, colaborando com a sua circulação, assim como na formação de público para documentário.

É importante sublinhar que o Estado, representado pelo Ministério da Cultura, CNC e regiões³²⁰, está presente nesses eventos, o que comprova a importância dessa colaboração cultural, econômica e política. As associações e setores também são agentes fundamentais na construção e funcionamento desta rede.

320 O funcionamento das coletividades locais é central na política cultural francesa, e aprofundá-las mereceria um outro estudo ainda mais amplo, digno de sua importância.

No que tange ao Brasil, analisamos o amplo universo dos festivais de cinema que abarcam em grande parte o documentário. Eles representam uma rede diversificada que integra os agentes do setor, assim como funciona como um importante espaço de exibição.

Exploramos o modelo de negócio da empresa *Taturana Mobilização Social*, que vem, através da difusão de filmes, mapeando locais como centros culturais, pontos de cultura, cineclubes, e tem mostrado através de números a gama de espaços públicos ou privados que podem apresentar interesse em exibir documentários. Aponta que existe um universo de pessoas, que não são necessariamente as mesmas, que frequentam as salas de cinema e que podem vir a se interessar por esses filmes, contribuindo na formação de um novo público.

Analisamos a distribuição do filme *Terra deu, terra come* (2010), de Rodrigo Siqueira, que, fruto de uma iniciativa pessoal aliada ao projeto que existia até então no Ministério da Cultura – Cinema mais você –, pôde mostrar que seu filme obteve mais público e despertou mais interesse em cineclubes do que em salas de cinema.

O exemplo da rede de espaços e de espectadores que o filme *Terra deu, terra come* alcançou, assim como alguns filmes difundidos pela Taturana, mostram como é possível conseguir uma resposta positiva de público em função do tempo de exposição destinado aos filmes, e como isso é fundamental para que o documentário aconteça. O documentário leva um tempo para “se tornar conhecido”, para fazer o “boca a boca” e o curto período em cartaz, em uma sala, muitas vezes não permite que ele consiga o retorno do seu público potencial. Dessas duas experiências, podemos concluir que se torna fundamental o aperfeiçoamento de redes que englobem esses vários espaços culturais, além da sala de cinema, a fim de se criar mecanismos que tornem esses sistemas viáveis economicamente para todos os elos envolvidos, uma vez que tem se demonstrado um caminho interessante para a circulação da produção nacional.

Como procuramos demonstrar neste trabalho, existe um grande número de documentários que não estão conseguindo obter uma boa resposta de público através da sala de cinema. Isso é uma característica de filmes independentes de forma mais ampla, e não é exclusivo do Brasil. Visto que existem produções dos mais variados tamanhos, a utilização exclusiva do parâmetro do público das salas de cinema para avaliar o mérito de uma obra ou a qualidade de um mercado cultural pode ser ilusória.

A circulação de um filme fora da sala de cinema, seja ele documentário ou não, é pouco mapeada, o que não contribui em uma comprovação da circulação desse produto,

ainda mais se pensarmos que o hábito de consumir filmes está mudando rapidamente, através das plataformas como Netflix.

Além de contabilizar números dos circuitos alternativos, é importante buscar uma atuação no sentido de equilibrar economicamente a presença nos cinemas. A exibição em sala dessas produções poderia ser pensada dentro de uma esfera da política pública, conjuntamente com os exibidores e agentes do mercado ligados ao documentário, na perspectiva de buscar estratégias que contribuam para que esses filmes possam permanecer nas salas sem que haja um desequilíbrio para nenhum dos lados.

Nesse processo, é fundamental que os agentes do setor ligados às associações e grupos atuem diretamente nessas causas, pois a mudança de uma política pública também nasce das demandas da sociedade, que, através de uma atuação política podem buscar modificar algumas práticas.

No caso francês, podemos citar o exemplo do auxílio seletivo à produção de documentário que diferencia aquilo que classifica como “documentários mais difíceis”. Trata-se, aqui, de uma política para a produção que apresenta um entendimento de que o documentário é um produto diferente. Isso fica evidente quando esse dispositivo estabelece que mesmo o montante dos benefícios não podendo, via de regra, superar 40% do orçamento final da obra, o CNC pode aumentar esse limite para 60% quando se tratar de obras audiovisuais consideradas “difíceis” (que, com respeito ao tema, formato, realização ou condições de produção, apresentem aspecto inovador, pouco acessível ou delicado), ou “de pequeno orçamento” (até 100 mil euros por hora de produção). Adicionalmente, esse limite pode passar a 80% para documentários de criação “difíceis” cujos orçamentos totais sejam menores do que 150 mil euros por hora de produção.

Tanto a França quanto o Brasil trazem uma gama de investimentos nas etapas da produção, o que colabora para que haja um número grande de produções em um mercado que não tem conseguido assimilar tudo. Ainda que em ambos os países existam algumas políticas direcionadas à distribuição – na França mais do que no Brasil –, ainda é grande o número de produções documentais lançadas anualmente e aquelas com “menor apelo comercial”, a maioria, são as que mais sofrem. Os dois mercados estão tendo dificuldade de absorver essas obras. Ainda que no caso francês a televisão seja uma grande “parceira” na produção e exibição do documentário, o país tem demonstrado uma diminuição na produção e posterior exibição de documentários autorais. A análise do processo de reforma da Cosip mostrou que

mesmo existindo uma regulação presente há bastante tempo, sempre podem perdurar situações desiguais, por isso a importância da atuação do setor de base e do Estado para mensurar as consequências dessas práticas. Nesse sentido, pesquisas e estudos permanentes de avaliação das políticas públicas, como o caso do *Le Documentaire dans tous ses états*, se tornam fundamentais.

A França enfrenta o problema da centralização da cultura em Paris, algo que vem sendo enfatizado pelo setor há alguns anos e que vem sendo trabalhado, através de uma ação de descentralização das salas de cinema e de eventos. Os eventos citados (*Mês do documentário*, *Sunny Side of The Doc* e *Estados Gerais do Documentário*) ocorrem fora de Paris. No Brasil, um país com maiores extensão e desigualdade regional, esse problema se torna mais difícil de equacionar. A concentração cultural em poucas cidades é evidenciada através dos dados, e, no que tange ao cinema, isso também se confirma. Por razões ligadas ao potencial econômico e centralidade política, o eixo Rio-São Paulo tem sido o polo dinâmico do setor. Isto não significa que experiências exitosas e competentes não tenham sido desenvolvidas em outros estados. Contudo, ações que se proponham a ampliar e descentralizar as redes de circulação dos documentários, e da produção independente como um todo, devem receber mais atenção do Estado, ou serem geradas dentro dele, pensadas em parceria com os agentes do mercado ligados diretamente ao documentário, para assim alcançarmos efetivamente uma maior democratização da cultura no país.

REFERÊNCIAS

Bibliografia

- ABRUCIO, Fernando Luiz. **Os Barões da Federação**: os governadores e a redemocratização brasileira. São Paulo: Hucitec/ USP, 1998.
- ALEXANDRE, Olivier. **La règle de l'exception**: Écologie du cinéma français. Paris: Éditions de l'École de Hautes Études en Sciences Sociales, 2015.
- ALVARENGA, Marcus Vinícius Tavares de. **Cineastas e a Formação da Ancine (1999-2003)**. 2010. Dissertação. (Mestrado em Imagem e Som) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- AMANCIO, Tunico. **Artes e manhas da Embrafilme**: cinema estatal brasileiro em sua época de ouro (1977-1981). Niterói: EdUFF, 2011.
- ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa**: Do mercado de massa para o mercado de nicho. São Paulo: Campus, 2006.
- AUCLAIRE, Alain. "Introduction". In: VEZYROGLOU, Dimitri (org.). **Le cinéma: une affaire d'État**: 1945-1970. Paris: La Documentation Française, 2014. 288p.
- AUTRAN, Arthur. **O Pensamento Industrial Cinematográfico Brasileiro**. 2004. Tese. (Doutorado em Multimeios) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- _____. "O pensamento industrial cinematográfico brasileiro: ontem e hoje". In: MELEIRO Alessandra (Org.). **Cinema e mercado**. São Paulo: Escrituras Editora, 2010. pp. 15-37.
- _____. **O pensamento industrial cinematográfico brasileiro**. São Paulo: Hucitec, 2013.
- BAHIA, C. Lia. "Cinema Latino-Americano e Globalização: Novos Desafios Econômicos, Políticos e Culturais". In: **História da Mídia**. Rede Alcar, 2008, Niterói. Anais Congresso História da Mídia, 2008 – Rede Alcar, 2008.
- _____. **Discursos, políticas e ações**: processos de industrialização do campo cinematográfico brasileiro. São Paulo: Itaú Cultural : Iluminuras, 2012.
- BENGHOZI, Pierre-Jean; DELAGE, Christian (Orgs.). **Histoire économique du cinéma français**: regards croisés franco-américains 1895-1995. Paris: L'Harmattan, 1995.
- BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2007.
- BERNARDET, Jean-Claude. **Cineastas e Imagens do povo**. São Paulo: Cia. das Letras, 2003.

- _____. **Brasil em tempo de cinema**: ensaio sobre o cinema brasileiro. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.
- BERTIN-MAGHIT, Jean-Pierre. “Le cinema français sous Vichy”. **Cahiers de la Méditerranée**. n. 16-17, année 1978, pp. 91-109.
- BERTINI, Alfredo. **Economia da Cultura**. A indústria do entretenimento e do audiovisual no Brasil. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.
- BEURIER, Pervenche. **Les politiques européennes de soutien au cinéma**: vers la création d'un espace cinématographique européen? Paris: L'Harmattan, 2004.
- BIRNBAUM, P. **La France imaginée**. Paris: Gallimard, 1995.
- BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. **Dicionário de política**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1986.
- BORGES, Danielle Dos Santos. **A Retomada do Cinema Brasileiro: uma análise da indústria cinematográfica nacional de 1995 a 2005**. 2007. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) – Universidade Autônoma de Barcelona, Barcelona.
- BOUSQUET, Henri. “L’âge d’or”. In: KERMABON, Jacques (Org.). **Pathé**. Premier Empire du Cinéma. Paris: Centre Georges Pompidou, 1994.
- BRAGA, Rodrigo Saturnino. “Distribuição Cinematográfica”. In: DIAS, Adriana; SOUZA, Letícia de (Orgs). **Film Business**: O negócio do Cinema. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. pp. 129-180.
- BUTCHER, Pedro. **Cinema brasileiro hoje**. São Paulo: Publifolha, 2005.
- CAETANO, Maria do Rosário (org.). **DOCTV**: Operação em rede. 1.ed. São Paulo: Instituto Cinema em Transe, 2011.
- CALABRE, Lia. “Políticas culturais no Brasil: balanço e perspectivas”. in: RUBIM, Antonio Albino Canelas; BARBALHO, Alexandre (Org.). **Políticas culturais no Brasil**. Salvador: UFBA, 2007.
- _____. (Org.). **Políticas Culturais**: reflexões e ações. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2009.
- CALIL, Carlos Augusto. “A conquista do mercado”. In: MOURÃO, Maria Dora; LABAKI, Amir (Orgs.). **O cinema do Real**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- CARVALHO, José Murilo de. **O pecado original da República**. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2017.
- COELHO, Teixeira. **A cultura e seu contrário**. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2008.

- _____. **Dicionário Crítico de Políticas Culturais**. São Paulo: Fapesp, 1997.
- _____; GENTIL, Geneviève; POIRRIER, Philippe. **Cultura e Estado**. A política cultural na França 1955 – 2005. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2012.
- COSTA, Frederico Lustosa da (Orgs.). **Política e gestão cultural**: perspectiva Brasil e França. Salvador: EDUFBA, 2013.
- CRETON, Laurent. **Cinéma et Marché**. Paris: Armand Colin, 1997.
- _____. **Le cinéma à l'épreuve du système télévisuel**. Paris: CNRS, 2002.
- _____. **Histoire économique du cinéma français**: Production et financement 1940-1959. Paris: CNRS Éditions, 2004.
- _____. **Économie du cinéma**: perspectives stratégiques. Paris: Armand Colin, 2009.
- _____. **L'Économie du Cinéma en 50 fiches**. Paris: Armand Colin, 2012.
- _____; KITSOPANIDOU, Kira. **Les salles de cinéma**. Enjeux, défis et perspectives. Paris: Armand Colin, 2013.
- DEPÉTRIS, Frédéric. **L'Etat et le cinéma en France**: le moment de l'exception culturelle. Paris: L'Harmattan, 2008.
- DIAS, Adriana; SOUZA, Leticia de (Orgs.). **Film Business**: O negócio do Cinema. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- DUBET, Éric. **Économie du Cinéma Européen**: de l'interventionnisme à l'action entrepreneuriale. Paris: L'Harmattan, 2000.
- DUBOIS, Vincent. "Le ministère des arts (1881-1882) ou l'institutionnalisation manquée d'une politique artistique republicaine". **Sociétés & Représentations**, Paris, Éditions de la Sorbonne, 2001/1 (n° 11), pp. 229-261. Disponível em: <<https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2001-1-page-229.htm>>. Acesso em: jul/2018.
- DUHAMEL, O. **Le pouvoir politique en France**. Paris: Éditions Du Seuil, 2003.
- DURAND, José Carlos. **Política Cultural e Economia da Cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial; São Paulo: Edições Sesc SP, 2013.
- ETHIS, Emmanuel. **Sociologie du cinéma et de ses publics**. Paris: Armand Colin, 2006.
- ESCANDE-GAUQUIÉ, Pauline. **Pour en finir avec la crise du cinéma français**: le cinéma français crève l'écran. Neuilly: Atlande, 2012.
- FARCHY, Joëlle. **L'Industrie du Cinéma**. Paris: PUF, 2004.
- FERNANDES, Marina Rossato. **Ancinav: análise de uma proposta**. 2014. Dissertação. (Mestrado em Imagem e Som) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.

- FIGUEIRÓ, Belisa. **As dinâmicas do mercado das coproduções cinematográficas entre Brasil e França**. 2017. Dissertação. (Mestrado em Imagem e Som) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos.
- FINLER, Joel W. **Silent Cinema**. World Cinema Before the Coming of Sound. London: B. T. Batsford Ltd, 1997.
- FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- _____. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FOREST, Claude. **L'argent du cinéma**: Introduction à l'economie du septième art. Paris: Belin, 2002.
- _____. **Économies Contemporaines du cinéma em Europe**: L'improbable industrie. Paris: CNRS Éditions, 2001.
- _____. **L'industrie du cinéma en France**: De la pellicule au pixel. Paris: La documentation Française, 2013.
- GATTI, André Piero. **Distribuição e exibição na indústria cinematográfica brasileira (1993 – 2003)**. 2005. Tese (Doutorado em Multimeios) – Instituto de Artes, Unicamp, Campinas.
- GÉRARD, Chantal; PERRUT, Jean-François (Orgs.). Les Cinémas Multiplexes: de nouveaux territoires culturels? **Géographie et Cultures**, Paris, L'Harmattan, vol. 53, oct. 2005.
- GOMES, Paulo Emílio Sales. **Cinema: trajetória do subdesenvolvimento**. São Paulo: Paz e Terra, 1996.
- GRAS, Pierre. **L'économie du cinéma**. Paris: Cahiers du Cinema, 2005. Coll. Les petits cahiers. 94 p.
- HOLANDA, Karla. **DOCTV: a produção independente na televisão**. 2013. Tese. (Doutorado em Programa de Pós-Graduação em Comunicação) – Universidade Federal Fluminense, Niterói.
- HOSKINS, Colin; MCFADYEN, Stuart; FINN Adam. **Global television and Film**. An introduction to the Economics of the Business. Nova York: Oxford University press, 1997.
- IKEDA, Marcelo. **Cinema brasileiro a partir a retomada**: aspectos econômicos e políticos. São Paulo: Summus, 2015.
- _____. “Crônica de uma separação: as políticas públicas para o audiovisual e o estímulo à produção independente”. **Revista Electrónica Internacional de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. Vol. XIX, nº3, Set.-Dec., 2012.

- JEANNEAU, Yves. **Filmer le réel**: De la production documentaire en France. Paris: La Bande à Lumière, 1987.
- _____. **La production documentaire**. Paris: Dixit, 1997.
- LAURICHESSE, Hélène. **Quel marketing pour le cinéma?** Paris: CNRS Éditions, 2006.
- LEAL, Victor Nunes. **Coronelismo, enxada, e voto**: o município e o regime representativo no Brasil. Rio de Janeiro: Revista Forense, 1948. 311p.
- LEITE, Sidney Ferreira. **Cinema brasileiro das origens à Retomada**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2005.
- LIMA, Heverton Souza. **A Lei da TV Paga**: impactos no mercado audiovisual. 2015. Dissertação. (Mestrado em Meios e Processos Audiovisuais) – Universidade de São Paulo, São Paulo.
- LUCA, Luiz Gonzaga Assis de. **Cinema Digital**: Um novo cinema? São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo: Cultura – Fundação Padre Anchieta, 2004.
- _____. “O mercado de salas de cinema (Theatrical)”. In: DIAS, Adriana; SOUZA, Letícia de (Orgs.). **Film Business**: O negócio do Cinema. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. pp. 129-180.
- _____. “Mercado exibidor brasileiro: do monopólio ao pluripólio”. In: MELEIRO, Alessandra (Org.). **Cinema e mercado**. São Paulo: Escrituras Editora, 2010. pp. 53-73.
- MARINONE, Isabelle. Cinema e Anarquia. **Uma História 'Obscura' do Cinema na França (1895-1935)**. Tradução Adilson Mendes. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2009.
- MARSON, Melina Izar. **O cinema da Retomada: Estado e cinema no Brasil da dissolução da Embrafilme à criação da Ancine**. 2006. Dissertação. (Mestrado em Sociologia) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas.
- _____. **Cinema e políticas de estado**: da Embrafilme à Ancine. São Paulo: Escrituras, 2009.
- MARTINEZ, André. **Democracia audiovisual**: uma proposta regional para o desenvolvimento. São Paulo: Escrituras: Instituto Pensarte, 2005.
- MELEIRO Alessandra (Org.). **Indústria, política e mercado**: América Latina. São Paulo: Escrituras, 2007. (Col. Cinema no mundo v.2).
- _____. (Org.). **Cinema e mercado**. São Paulo: Escrituras, 2010.
- MOULINIER, Pierre. **Les politiques publiques de la culture en France**. Paris: PUF, 2010.
- NAGIB, Lucia. **O cinema da retomada**: depoimentos de 90 cineastas dos anos 90. São Paulo: 34, 2002.

- NETO, Manoel Marcondes Machado; FERREIRA, Lusía Angelet. **Economia da Cultura:** Contribuições para a construção do campo e histórico da gestão de organizações culturais no Brasil. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2011.
- OFFERLÉ, Michel. **Sociologie de la vie politique française**. Paris: La Découverte, 2004.
- POIRRIER, Geneviève Philippe. **L'État et la Culture en France au XX^e siècle**. Paris: Librairie Générale Française, 2000.
- _____. **Cultura e Estado**. A política cultural na França 1955-2005. São Paulo: Iluminuras, Itaú Cultural, 2012.
- RAMOS, Fernão Pessoa (Org.). **Teoria contemporânea do cinema:** Documentário e Narratividade Ficcional. São Paulo: Senac, 2005.
- _____. **Mas afinal... O que é mesmo documentário?** São Paulo: Senac, 2008.
- RAMOS, José Mário Ortiz. **Cinema, Estado e lutas culturais:** Anos 50 / 60 / 70. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1983.
- REIS, Ana Carla Fonseca (Org.) **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento:** uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.
- _____. **Economia da Cultura e desenvolvimento sustentável:** O caleidoscópio da cultura. São Paulo: Manole, 2007.
- ROSENFELD, Anatol. **Cinema:** Arte e Indústria. São Paulo: Editora Perspectiva, 2002.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas; BARBALHO, Alexandre (Orgs). **Políticas Culturais no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2007.
- RUBIM, Antonio Albino Canelas; BAYARDO, Rubens (Orgs). **Políticas Culturais na Ibero-América**. Salvador: EDUFBA, 2008.
- SCHVARZMAN, Sheila. **Humberto Mauro e as imagens do Brasil**. São Paulo: UNESP, 2004.
- SILVA, João Guilherme Barone Reis. **Cenários tecnológicos e institucionais do cinema brasileiro contemporâneo na década de 90**. Porto Alegre: Sulina, 2009.
- SILVA, Hadija Chalupe. **O filme nas telas:** A distribuição do cinema nacional. São Paulo: Ecofalante, 2010.
- SIMIS, Anita. **Estado e Cinema no Brasil**. São Paulo: Annablume; FAPESP; Itaú Cultural, 2008.
- _____. **Economia Política do Cinema:** a exibição cinematográfica na Argentina, Brasil e México. **Versión**. Estudios de Comunicación y Política, v. 36, pp. 54-75, mayo/oct. 2015.

- SOUZA, Ana Paula. “Lei da TV Paga: um novo paradigma para a política audiovisual brasileira”. In: **Eptic**, Aracaju, v. 18, nº 2, mai-ago 2016.
- SOUZA, José Inácio de Melo. “A morte e as mortes do cinema brasileiro e outras histórias de arrepiar”. In: **Revista USP**, São Paulo, nº 19, set./nov. 1993.
- SOUZA, Celina. “Políticas públicas: questões temáticas e de pesquisa”. **Cadernos CRH**, Salvador, n. 39, pp. 11-24, jul./dez. 2003.
- TEIXEIRA, Francisco Elinaldo (Org.). *Documentário no Brasil*. São Paulo: Summus, 2004.
- THÉORÈME. **Cinéma & (in)dépendance**: Une économie politique (vol. 5). Revue de l'Institut de Recherche sur le Cinéma et l'Audiovisuel. IRCAV. Paris : Presses de la Sorbonne Nouvelle, 1998.
- _____. **Cinéma & stratégie**: Économie des interdépendances (vol. 12). Revue de l'Institut de Recherche sur le Cinéma et l'Audiovisuel. IRCAV. Paris : Presses de la Sorbonne Nouvelle, 2008.
- TRINDADE, Teresa Noll. **Documentário e mercado no Brasil**: da produção à sala de cinema. São Paulo: Alameda, 2014.
- VALIATI, Leandro. **Economia da cultura e cinema**: notas empíricas sobre o Rio Grande do Sul. São Paulo: Ecofalante, 2010.
- VEZYROGLOU, Dimitri (org.). **Le cinéma**: une affaire d'État (1945-1970). Paris: La Documentation Française, 2014.
- WEBER, Marx. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. v.2. Brasília: UnB, 1999.
- YIN, Robert K. **Estudo de caso**. Planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookmen, 2001.

ANEXOS

Anexo I – Evolução das salas de cinema no Brasil (1971 - 2016)

Ano	Salas de cinema	Ano	Salas de cinema	Ano	Salas de cinema
1971	2.154	1986	1.372	2001	1.620
1972	2.648	1987	1.399	2002	1.635
1973	2.690	1988	1.423	2003	1.817
1974	2.676	1989	1.520	2004	1.997
1975	3.276	1990	1.488	2005	2.045
1976	3.161	1991	1.511	2006	2.095
1977	3.156	1992	1.400	2007	2.160
1978	2.973	1993	1.250	2008	2.278
1979	2.937	1994	1.289	2009	2.110
1980	2.365	1995	1.033	2010	2.206
1981	2.244	1996	1.365	2011	2.352
1982	1.988	1997	1.075	2012	2.517
1983	1.736	1998	1.300	2013	2.678
1984	1.553	1999	1.350	2014	2.833
1985	1.428	2000	1.480	2015	3.005
				2016	3.160

Fontes: Sistema de Registro – ANCINE, Sistema de Acompanhamento da Distribuição em Salas de Exibição (SADIS), IBGE, Filme B e outras fontes secundárias.

** Até 2005, dados Filme B. A partir de 2006, dados compilados pela ANCINE/SAM.*

Anexo II – Salas de cinema por estado no Brasil (2016)

Região	Estado	Salas de cinema (2016)	Participação relativa	População relativa	População (2016)	Índice de habitantes por sala
Sudeste	São Paulo	1031	32,6%	21,7%	44.749.699	43.404
	Rio de Janeiro	366	11,6%	8,1%	16.635.996	45.454
	Minas Gerais	259	8,2%	10,2%	20.997.560	81.072
	Espírito Santo	72	2,3%	1,9%	3.973.697	55.190
	Total Sudeste	1728	54,7%	41,9%	86.356.952	49.975
Nordeste	Pernambuco	97	3,1%	4,6%	9.410.336	97.014
	Ceará	98	3,1%	4,3%	8.963.663	91.466
	Paraíba	37	1,2%	1,9%	3.999.415	108.092
	Bahia	100	3,2%	7,4%	15.276.566	152.766
	Maranhão	51	1,6%	3,4%	6.954.036	136.354
	Rio Grande do Norte	31	1,0%	1,7%	3.474.998	112.097
	Sergipe	21	0,7%	1,1%	2.265.779	107.894
	Alagoas	29	0,9%	1,6%	3.358.963	115.826
	Piauí	26	0,8%	1,6%	3.212.180	123.545
	Total Nordeste	490	15,5%	27,6%	56.915.936	116.155
Sul	Rio Grande do Sul	161	5,1%	5,5%	11.286.500	70.102
	Paraná	179	5,7%	5,5%	11.242.720	62.808
	Santa Catarina	130	4,1%	3,4%	6.910.553	53.158
	Total Sul	470	14,9%	14,3%	29.439.773	62.638
Centro-Oeste	Distrito Federal	88	2,8%	1,4%	2.977.216	33.832
	Goiás	113	3,6%	3,2%	6.695.855	59.255
	Mato Grosso do Sul	28	0,9%	1,3%	2.682.386	95.800
	Mato Grosso	45	1,4%	1,6%	3.305.531	73.456
	Total Centro-Oeste	274	8,7%	7,6%	15.660.988	57.157
Norte	Acre	5	0,2%	0,4%	816.687	163.337
	Tocantins	17	0,5%	0,7%	1.532.902	90.171
	Amazonas	63	2,0%	1,9%	4.001.667	63.519
	Amapá	17	0,5%	0,4%	782.295	46.017
	Pará	66	2,1%	4,0%	8.272.724	125.344
	Rondônia	15	0,5%	0,9%	1.787.279	119.152
	Roraima	15	0,5%	0,2%	514.229	34.282
	Total Norte	198	6,3%	8,6%	17.707.783	89.433
	Total Brasil	3160	100,0%	100,0%	206.081.432	65.216

Anexo III – Salas de cinema por capitais e demais cidades no Brasil (2016)

Região	Estado	Capital e demais cidades	Salas de cinema nas cidades	Participação de cinemas relativa no Estado	População relativa no Estado	População das cidades	Índice de habitantes por sala nas cidades
Sudeste	SP	São Paulo	340	33,0%	26,9%	12.038.175	35.406
		Demais	691	67,0%	73,1%	32.711.524	47.339
	RJ	Rio de Janeiro	222	60,7%	39,1%	6.498.837	29.274
		Demais	144	39,3%	60,9%	10.137.159	70.397
	MG	Belo Horizonte	86	33,2%	12,0%	2.513.451	29.226
		Demais	173	66,8%	88,0%	18.484.109	106.845
	ES	Vitória	14	19,4%	9,0%	359.555	25.683
		Demais	58	80,6%	91,0%	3.614.142	62.313
Nordeste	BA	Salvador	66	66,0%	19,2%	2.938.092	44.517
		Demais	34	34,0%	80,8%	12.338.474	362.896
	CE	Fortaleza	69	70,4%	29,1%	2.609.716	37.822
		Demais	29	29,6%	70,9%	6.353.947	219.102
	PE	Recife	53	54,6%	17,3%	1.625.583	30.671
		Demais	44	45,4%	82,7%	7.784.753	176.926
	MA	São Luís	30	58,8%	15,6%	1.082.935	36.098
		Demais	21	41,2%	84,4%	5.871.101	279.576
	PB	João Pessoa	27	73,0%	20,0%	801.718	29.693
		Demais	10	27,0%	80,0%	3.197.697	319.770
	RN	Natal	26	83,9%	25,3%	877.662	33.756
		Demais	5	16,1%	74,7%	2.597.336	519.467
	AL	Maceió	23	79,3%	30,4%	1.021.709	44.422
		Demais	6	20,7%	69,6%	2.337.254	389.542
	PI	Teresina	22	84,6%	26,4%	847.430	38.520
		Demais	4	15,4%	73,6%	2.364.750	591.188
	SE	Aracaju	15	71,4%	28,3%	641.523	42.768
		Demais	6	28,6%	71,7%	1.624.256	270.709

Anexo III – Salas de cinema por capitais e demais cidades no Brasil (2016) (Cont.)

Região	Estado	Capital e demais cidades	Salas de cinema nas cidades	Participação de cinemas relativa no Estado	População relativa no Estado	População das cidades	Índice de habitantes por sala nas cidades
Sul	PR	Curitiba	82	45,8%	16,8%	1.893.997	23.098
		Demais	97	54,2%	83,2%	9.348.723	96.379
	RS	Porto Alegre	69	42,9%	13,1%	1.481.019	21.464
		Demais	92	57,1%	86,9%	9.805.481	106.581
	SC	Florianópolis	20	15,4%	6,9%	477.798	23.890
		Demais	110	84,6%	93,1%	6.432.755	58.480
Centro-Oeste	GO	Goiânia	52	46,0%	21,6%	1.448.639	27.858
		Demais	61	54,0%	78,4%	5.247.216	86.020
	DF	Brasília	88	100,0%	100,0%	2.977.216	33.832
		Demais	-	-	0,0%	0	-
	MT	Cuiabá	23	51,1%	17,7%	585.367	25.451
		Demais	22	48,9%	82,3%	2.720.164	123.644
	MS	Campo Grande	23	82,1%	32,2%	863.982	37.564
		Demais	5	17,9%	67,8%	1.818.404	363.681
Norte	PA	Belém	34	51,5%	17,5%	1.446.042	42.531
		Demais	32	48,5%	82,5%	6.826.682	213.334
	AM	Manaus	63	100,0%	52,3%	2.094.391	33.244
		Demais	0	0,0%	47,7%	1.907.276	-
	TO	Palmas	12	70,6%	18,3%	279.856	23.321
		Demais	5	29,4%	81,7%	1.253.046	250.609
	AP	Macapá	17	100,0%	59,5%	465.495	27.382
		Demais	0	0,0%	40,5%	316.800	-
	RO	Porto Velho	6	40,0%	28,6%	511.219	85.203
		Demais	9	60,0%	71,4%	1.276.060	141.784
	RR	Boa Vista	15	100,0%	63,5%	326.419	21.761
		Demais	0	0,0%	36,5%	187.810	-
	AC	Rio Branco	4	80,0%	46,2%	377.057	94.264
		Demais	1	20,0%	53,8%	439.630	439.630
	Total Brasil		3160	100,0%	100,0%	206.081.432	65.216

Anexo IV – Salas de arte por estado no Brasil (2016)

Região	Estado	Salas de Arte	Participação relativa	População relativa	População 2016	Índice de habitantes por cinema de arte
Sudeste	SP	45	29,4%	21,7%	44.749.699	994.438
	RJ	41	26,8%	8,1%	16.635.996	405.756
	MG	3	2,0%	10,2%	20.997.560	6.999.187
	ES	3	2,0%	1,9%	3.973.697	1.324.566
	Sudeste	92	60,1%	41,9%	86.356.952	938.663
Nordeste	PE	2	1,3%	4,6%	9.410.336	4.705.168
	CE	3	2,0%	4,3%	8.963.663	2.987.888
	PB	0	0,0%	1,9%	3.999.415	-
	BA	10	6,5%	7,4%	15.276.566	1.527.657
	MA	0	0,0%	3,4%	6.954.036	-
	RN	0	0,0%	1,7%	3.474.998	-
	SE	1	0,7%	1,1%	2.265.779	2.265.779
	AL	1	0,7%	1,6%	3.358.963	3.358.963
	PI	0	0,0%	1,6%	3.212.180	-
	Nordeste	17	11,1%	27,6%	56.915.936	3.347.996
Sul	RS	19	12,4%	5,5%	11.286.500	594.026
	PR	8	5,2%	5,5%	11.242.720	1.405.340
	SC	2	1,3%	3,4%	6.910.553	3.455.277
	Sul	29	19,0%	14,3%	29.439.773	1.015.165
Centro-Oeste	DF	14	9,2%	1,4%	2.977.216	212.658
	GO	0	0,0%	3,2%	6.695.855	-
	MS	0	0,0%	1,3%	2.682.386	-
	MT	0	0,0%	1,6%	3.305.531	-
	Centro-Oeste	14	9,2%	7,6%	15.660.988	1.118.642
Norte	AC	0	0,0%	0,4%	816.687	-
	TO	0	0,0%	0,7%	1.532.902	-
	AM	0	0,0%	1,9%	4.001.667	-
	AP	0	0,0%	0,4%	782.295	-
	PA	1	0,7%	4,0%	8.272.724	8.272.724
	RO	0	0,0%	0,9%	1.787.279	-
	RR	0	0,0%	0,2%	514.229	-
	Norte	1	0,7%	8,6%	17.707.783	17.707.783
	Brasil	153	100,00%	100,0%	206.081.432	1.346.937

Fonte: FilmeB. Elaboração: autora.

Anexo V – Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo – 1995 a 2016

Ano	Título	Público	Valor Total Aprovado(R\$)	Valor Total Captado (R\$)
2004	Pelé Eterno	257.932	6.010.205,98	4.549.527,61
2014	Amazônia Eterna	241	4.078.192,52	3.874.282,89
2015	Chico - Artista Brasileiro	126.376	3.748.981,07	3.669.000,00
2011	Quebrando o Tabu	24.971	3.052.409,70	2.711.360,37
2012	A Música segundo Tom Jobim	74.901	4.675.932,11	2.401.350,00
2010	O Homem que Engarrafava Nuvens	19.247	3.802.035,68	2.330.000,00
2007	O Mundo em Duas Voltas	54.683	2.319.096,13	2.318.156,25
2011	Marcha da Vida	4.089	2.451.069,08	2.230.799,25
2012	Quem se Importa?	7.811	2.338.162,95	2.220.400,00
2016	Menino 23 - Infâncias Perdidas no Brasil	7.102	2.200.000,00	2.200.000,00
2005	Vinícius de Moraes	271.979	4.971.321,50	2.100.000,00
2005	Coisa Mais Linda	35.861	2.044.319,00	2.044.319,00
2010	Vida sobre Rodas	3.572	2.698.517,83	1.950.000,00
2012	Tropicália	70.995	2.334.174,03	1.883.600,00
2007	Brasileirinho	19.090	2.102.221,79	1.749.026,00
2016	São Sebastião do Rio de Janeiro - A Formação de uma Cidade	5.080	1.757.336,96	1.690.000,00
2005	Doutores da Alegria	26.294	1.618.115,17	1.613.243,15
2009	Aventuras do Surf II	64.017	2.489.118,42	1.570.000,00
2012	Raul, o Início, o Fim e o Meio	170.471	2.576.404,64	1.560.150,00
2008	Juízo	20.367	1.520.000,00	1.509.217,00
2009	O Milagre de Santa Luzia	6.099	1.534.149,39	1.457.441,00
2005	Extremo Sul	13.571	2.593.729,00	1.420.223,66
2014	À Queima Roupas	1.372	960.088,83	1.406.308,35
2014	Brincante	7.222	1.484.716,80	1.400.000,00
2011	O Samba que Mora em Mim	1.886	1.790.902,39	1.385.009,54
2012	Marighella	5.439	1.788.391,43	1.374.000,00
2007	Cartola – Música para os Olhos	63.924	1.568.257,80	1.339.384,00
2008	O Mistério do Samba	34.022	1.880.374,49	1.200.000,00
2013	Por Trás do Véu	15	1.308.188,00	1.169.618,44
2007	500 Almas	3.833	1.163.500,00	1.163.500,00
2015	5x Chico - O Velho e Sua Gente	1.149	1.150.000,00	1.150.000,00
2010	Utopia e Barbárie	9.626	1.300.342,99	1.121.627,00
2009	As Cantoras do Rádio	2.604	1.417.881,31	1.117.848,00
2011	Sequestro	648	1.384.632,01	1.057.821,00
2004	Batalha - Entreatos	38.341	1.271.675,21	1.040.000,00

Anexo V – Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo – 1995 a 2016 (Cont.)

Ano	Título	Público	Valor Total Aprovado(R\$)	Valor Total Captado (R\$)
2004	Batalha - Peões	17.960	1.271.675,21	1.040.000,00
2011	Solidão e Fé	828	1.106.924,31	1.031.659,00
2009	Eliezer Batista - o Engenheiro do Brasil	1.403	1.451.780,63	1.030.000,00
2013	A luz do Tom	8.831	1.927.354,45	1.024.350,00
2013	Paulo Moura - Alma Brasileira	2.603	1.769.551,00	1.000.000,00
2014	Hélio Oiticica	4.078	1.097.951,59	999.000,00
2007	Grupo Corpo 30 Anos – uma Família Brasileira	2.743	997.516,00	997.516,00
2013	Elena	58.614	1.047.246,00	994.846,00
2003	Nelson Freire	64.264	982.824,00	982.597,40
2003	Paulinho da Viola - Meu Tempo é Hoje	54.025	982.824,00	982.597,40
2009	Garapa	4.701	1.141.479,00	981.100,00
2006	Meninas	4.208	1.080.388,00	978.382,50
2006	O Homem Pode Voar - a Saga de Santos Dumont	1.912	1.853.641,14	969.000,00
2007	Pro Dia Nascer Feliz	51.140	1.620.077,58	955.000,00
2010	Uma Noite em 67	82.258	1.060.845,11	952.400,00
2002	Surf Adventures	200.853	1.350.000,00	944.130,21
1999	Os Carvoeiros	1.000	953.251,00	943.251,00
2014	Sobrevivi ao Holocausto	1.699	987.449,45	938.076,98
2004	Raízes do Brasil	19.420	989.835,91	930.884,40
2009	Alô, Alô, Terezinha!	26.530	2.431.880,44	919.845,30
2016	Palmeiras, o Campeão do Século	5.336	945.937,55	910.000,00
2011	Lixo Extraordinário	52.472	2.428.927,95	900.000,00
2016	A Loucura entre Nós	5.141	901.555,94	900.000,00
2007	Histórias do Rio Negro	1.990	987.487,92	899.000,00
2005	O Fim e o Princípio	9.674	912.699,63	892.650,00
2009	Paulo Gracindo - o Bem Amado	8.968	1.065.688,07	880.000,00
2015	Um Sonho Intenso	3.449	880.000,00	880.000,00
2008	1958, o Ano em que o Mundo Descobriu o Brasil	3.520	2.332.581,36	868.000,00
2013	Margaret Mee e a flor da lua	4.751	913.112,00	864.800,00
2009	Palavra (En)Cantada	32.464	2.035.105,16	850.000,00
2016	1976 - O Ano da Invasão Corinthiana	5.944	1.340.966,62	849.160,46
2015	Tudo por amor ao cinema	602	832.000,00	832.000,00
2002	Janela da Alma	141.360	877.028,77	820.728,17
2009	Moscou	7.993	1.578.036,47	819.800,00
2013	Pra lá do mundo	1.827	861.491,80	818.200,00

Anexo V – Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo – 1995 a 2016 (Cont.)

Ano	Título	Público	Valor Total Aprovado(R\$)	Valor Total Captado (R\$)
2007	Hércules 56	11.820	897.000,00	812.000,00
2015	Orestes	2.790	1.054.355,15	811.000,00
2013	Francisco Brennand	5.296	861.793,99	806.000,00
2016	Brasil: DNA África	698	923.310,77	800.000,00
2006	A Mochila do Mascate	2.191	865.774,34	799.827,87
2009	Um Homem de Moral	6.784	1.110.714,51	795.000,00
2011	Estrada Real da Cachaça	1.083	1.097.221,07	784.000,00
2012	Vou Rifar meu Coração	11.081	822.000,00	780.900,00
2002	Viva São João	7.092	1.569.985,35	780.000,00
2005	Vocação do Poder	1.995	1.042.030,40	772.405,78
2012	Santos, 100 Anos de Futebol Arte	691	2.226.420,00	770.000,00
2012	O contestado – Restos mortais	2.647	811.077,00	769.878,90
2014	Em busca de Iara	7.563	1.337.207,49	765.422,67
2013	Sobral - o Homem que Não tinha Preço	4.550	1.123.045,00	763.000,55
2006	Um Craque Chamado Divino	1.148	763.008,16	760.000,00
2014	Sem Pena	7.434	964.009,07	755.000,00
2016	Espaço Além - Marina Abramovic e o Brasil	20.147	1.213.972,12	750.000,00
2015	Ídolo	606	932.216,83	746.000,00
2011	Prova de Artista	1.388	782.700,00	743.565,00
2011	Víps - Histórias Reais de um Mentiroso	927	892.083,44	740.411,00
2010	B1 - Tenório em Pequim	679	1.248.088,95	734.000,00
2014	12 de Junho de 1993 - O Dia da Paixão Palmeirense	1.236	1.491.300,00	730.839,81
2011	As Canções	22.437	1.147.749,20	730.000,00
2006	Intervalo Clandestino	ND	746.384,00	720.101,61
2009	23 Anos em 7 Segundos: 1977 - o Fim do Jejum Corinthiano	1.718	1.611.290,00	717.500,00
2013	Mundo invisível	2.602	1.382.663,97	711.442,90
2005	Moro no Brasil	2.680	800.000,00	707.535,00
2015	Paysandu 100 anos de Payxão	11.965	1.000.000,00	700.000,00
2008	O Tempo e o Lugar	1.512	900.000,00	700.000,00
2002	Timor Lorosae	7.683	1.483.937,21	697.240,80
2010	Doce Brasil Holandês	2.115	985.615,80	685.950,00
2014	Dominguinhos	10.280	803.630,00	682.373,50
2008	O Retorno	579	686.822,16	679.926,00
2016	Marias	1.705	759.642,80	673.000,00
2015	Jia Zhang-ke, um homem de Fenyang	6.689	945.143,19	669.202,70

Anexo V – Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo – 1995 a 2016 (Cont.)

Ano	Título	Público	Valor Total Aprovado(R\$)	Valor Total Captado (R\$)
2013	América – Uma história portuguesa	307	3.481.141,88	668.100,00
2012	Virando Bicho	980	1.381.469,43	665.000,00
2013	Fora do figurino	686	855.340,05	660.241,00
2010	Só Dez por Cento É Mentira	5.919	844.487,90	658.397,90
2004	O Prisioneiro da Grade de Ferro	27.848	946.339,64	654.149,49
2015	Piadeiros	687	789.935,22	649.447,99
2010	Soberano – Seis Vezes São Paulo	35.212	1.066.269,39	648.777,39
2006	O Dia em que o Brasil Esteve Aqui	778	1.237.016,22	630.000,00
2011	4 X Timão - a Conquista do Tetra	131	1.637.878,10	627.000,00
2012	Dino Cazzola – Uma filmografia de Brasília	548	664.813,36	627.000,00
2013	A alma da gente	1.646	1.099.768,95	624.830,00
2007	Mestre Bimba – a Capoeira Iluminada	3.336	621.505,17	621.260,00
2014	Tim Lopes – História de Arcaño	1.676	1.312.057,75	616.500,25
2015	Iván	2.440	635.365,44	615.097,37
2009	Corpo do Rio	941	851.830,27	604.127,20
2011	Reidy – a Construção da Utopia	4.320	963.517,50	603.937,63
2010	As Cartas Psicografadas por Chico Xavier	7.431	1.713.019,31	602.000,00
2014	Olho Nu	9.376	1.411.698,96	600.000,00
2007	Fabricando Tom Zé	16.209	1.265.483,00	600.000,00
2011	Belair	1.282	1.148.500,88	600.000,00
2008	O Romance do Vaqueiro Voador	1.010	1.120.525,00	600.000,00
2012	Futuro do pretérito: Tropicalismo now!	730	951.776,93	600.000,00
2008	Devoção	2.608	824.052,22	600.000,00
2012	Paralelo 10	2.210	710.662,73	600.000,00
2012	Marcelo Yuka no Caminho das Setas	2.546	642.493,00	600.000,00
2002	Poeta de Sete Faces	4.495	600.000,00	600.000,00
2013	Cuica de Santo Amaro	750	599.912,84	599.689,24
2014	Sementes do Nosso Quintal	2.192	628.096,78	596.691,94
2011	À Margem do Lixo	233	625.345,55	593.510,81
2008	O Aborto dos Outros	2.164	939.030,38	585.256,26
2016	Zé de Julião, Muito Além do Cangaço	196	782.482,45	581.882,71
2006	Estamira	40.992	1.152.932,66	580.000,00
2006	O Sol - Caminhando Contra o Vento	9.401	982.519,02	580.000,00
2005	A Pessoa é para o que nasce	24.475	579.214,28	579.214,00
1999	Fé	8.248	800.000,00	558.412,00

Anexo V – Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo – 1995 a 2016 (Cont.)

Ano	Título	Público	Valor Total Aprovado(R\$)	Valor Total Captado (R\$)
2012	Espia Só	322	586.982,00	557.630,00
2011	Diário de uma Busca	3.658	980.631,02	549.754,43
2015	Os Últimos Cangaceiros	4.308	549.569,60	549.569,00
2009	Waldick, Sempre no meu Coração	3.591	735.313,31	549.004,89
2013	Serra pelada – A lenda da montanha de ouro	797	891.066,44	540.000,00
2010	Todo Poderoso: o Filme - 100 Anos de Timão	1.437	2.212.455,00	535.000,00
2004	Língua - Vidas em Português	11.943	670.499,00	528.000,00
2013	Amazônia Desconhecida	67	1.957.180,96	521.380,96
2008	Andarilho	2.229	531.508,46	521.000,00
2009	Naufrágio - Mistério e Morte na Catástrofe do Príncipe de Astúrias	ND	1.679.983,04	516.990,00
2015	A Vida Privada dos Hipopótamos	1.674	660.543,46	515.000,00
2011	Eu Eu Eu José Lewgoy	236	620.745,50	512.208,00
2014	Democracia em Preto e Branco	1.274	579.815,14	510.615,00
2015	Homem comum	1.658	728.524,48	510.000,00
2006	Dom Hélder Câmara - o Santo Rebelde	3.592	739.023,85	505.307,00
2007	À Margem do Concreto	718	541.169,88	500.608,90
2015	Ouro, suor e lágrimas	3.119	1.292.258,37	500.000,00
2008	Condor	ND	725.809,34	490.000,00
2000	O Rap do Pequeno Príncipe Contra as Almas Sebosas	22.577	649.209,53	488.000,00
2002	Onde a Terra Acaba	3.786	558.000,00	465.120,00
2007	Porto Alegre – Meu Canto no Mundo	1.356	464.370,00	464.000,00
2015	Ato, atalho e vento	722	1.341.600,00	460.000,00
2001	Nelson Gonçalves	4.381	457.564,49	457.564,49
2005	Morro da Conceição	4.943	801.085,63	457.000,00
2007	Oscar Niemeyer – a Vida É um Sopro	10.281	488.199,13	456.299,00
2009	Coração Vagabundo	19.494	718.381,36	454.000,00
2000	Um Certo Dorival Caymmi	2.076	455.289,00	452.289,00
2015	Cássia Eller	75.133	829.063,70	450.363,97
2007	Encontro com Milton Santos ou: o Mundo Global Visto do Lado de Cá	15.932	639.292,73	449.292,00
2010	A Falta que me Faz	387	705.962,65	449.093,00
2007	Serras da Desordem	273	440.000,00	440.000,00
2006	Família Alcântara	307	478.884,14	428.628,00
2009	Senhores do Vento	19	1.164.756,24	423.020,43
2006	Nzinga	21	1.284.658,28	419.192,00
2013	Segredos da tribo	775	536.588,28	417.400,00

Anexo V – Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo – 1995 a 2016 (Cont.)

Ano	Título	Público	Valor Total Aprovado(R\$)	Valor Total Captado (R\$)
2012	Constantino	472	511.640,00	402.200,00
2014	Meninos da Vila - A Magia dos Santos	35	1.647.590,00	400.000,00
2012	Romance de Formação	1.387	1.091.403,00	400.000,00
2014	Ozualdo Candeias e o Cinema	269	934.572,52	400.000,00
2016	Curumim	2.663	400.000,00	400.000,00
2013	Olhe pra mim de novo	1.431	565.656,00	394.373,20
2013	Xico stockinger	356	570.196,74	391.686,90
2015	Cativas - presas pelo coração	1.999	835.430,00	381.302,45
2009	Cinderelas, Lobos e um Príncipe Encantado	3.066	696.182,08	379.549,68
2014	Bernardes	1.681	868.636,74	378.000,00
2013	Sorria, Você esta na Barra	62	392.782,00	373.142,00
2009	Titãs - a Vida Até Parece uma Festa	15.211	1.767.422,76	370.000,00
2013	Cidade Cinza	11.347	476.886,46	370.000,00
2007	Em Trânsito	579	597.188,69	368.259,00
2015	A Viagem de Yoani	1.001	541.996,20	367.500,00
2016	Henry Kayath: O Homem e Seu Tempo	18	452.733,25	353.400,00
2013	Kátia	747	407.389,74	353.071,10
2001	O Sonho de Rose	12.232	819.830,00	350.000,00
2015	Betinho - A Esperança Equilibrista	2.152	450.000,00	350.000,00
2001	Anésia - um Vôo no Tempo	1.498	346.923,39	346.923,00
2009	Herbert de Perto	27.408	730.518,95	329.314,18
2012	Vale dos Esquecidos	424	797.394,80	325.000,00
2009	Entre a Luz e a Sombra	341	721.139,28	315.000,00
2005	O Cárcere e a Rua	7.792	520.872,76	310.450,00
2016	Paratodos	3.146	375.154,97	304.281,00
2016	Miller & Fried - As Origens do País do Futebol	240	570.000,00	300.000,00
2014	Setenta	1.249	488.499,96	300.000,00
2008	Café dos Maestros	33.150	450.527,38	300.000,00
2004	À Margem da Imagem	1.728	390.324,58	300.000,00
2016	Meu Nome é Jacque	515	350.000,00	300.000,00
2016	Marginal	114	300.000,00	300.000,00
2015	A Nação que não Esperou por Deus	1.472	300.000,00	300.000,00
2008	Musicagen	310	331.057,04	289.600,00
2012	Onde a Coruja dorme	3.649	288.450,00	288.450,00
2001	Senta a Pua	13.181	566.792,60	287.500,00

Anexo V – Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo – 1995 a 2016 (Cont.)

Ano	Título	Público	Valor Total Aprovado(R\$)	Valor Total Captado (R\$)
2013	Raça	2.112	1.900.000,00	280.000,00
2011	O Mineiro e o Queijo	5.166	616.805,88	277.710,09
2011	Família Braz – Dois Tempos	2.907	750.617,05	263.403,05
2011	Domingos	735	358.400,00	260.000,00
2010	José e Pilar	39.628	256.500,00	256.500,00
2015	Samba & Jazz	1.809	850.644,00	250.000,00
2007	Faixa de Areia	241	446.260,32	240.000,00
2013	A Nave, uma viagem com a Jazz Sinfônica de São Paulo	365	608.992,04	230.380,23
2015	Cauby - Começaria Tudo Outra Vez	7.418	603.285,17	225.285,00
2003	Banda de Ipanema - Folia de Albino	2.004	449.767,87	221.000,00
2004	Fala Tu	10.526	250.000,00	220.000,00
2009	Simonal - Ninguém Sabe o Duro que Dei	71.056	939.777,65	207.682,60
2002	Ônibus 174	35.290	799.286,40	200.000,00
2006	Olhar Estrangeiro	4.750	700.775,00	200.000,00
2008	Panair do Brasil	3.951	505.808,50	200.000,00
2012	Construção	909	479.144,00	200.000,00
2005	Parteiras da Amazônia	135	478.309,03	200.000,00
2016	Glauco do Brasil	241	413.167,96	200.000,00
2016	Coragem	286	352.793,10	200.000,00
2015	Cidade de Deus - 10 Anos Depois	3.633	200.000,00	198.000,00
2002	Rocha que Voa	5.929	575.137,94	183.790,94
2007	PQD	3.140	293.736,87	181.000,00
2010	A Alma do Osso	453	277.766,85	180.000,00
2008	Iluminados	1.168	289.070,14	152.187,00
2013	Coração do Brasil	631	418.630,69	150.000,00
2007	Pampulha - ou a Invenção do Mar de Minas	ND	276.306,67	150.000,00
2006	Soy Cuba, o Mamute Siberiano	16.556	202.401,44	150.000,00
2004	Glauber o Filme, Labirinto do Brasil	13.456	150.000,00	150.000,00
2004	Samba Riachão	1.330	150.000,00	150.000,00
2004	Justiça	28.635	150.000,00	135.000,00
2007	Person	1.518	162.186,27	132.186,00
2007	O Fim do Sem Fim	1.190	196.739,00	125.000,00
2016	São Paulo em Hi-Fi	3.368	110.000,00	110.000,00
2009	Contratempo - uma Valsa da Dor	2.045	105.072,19	105.072,19
2008	A Margem da Linha	396	380.125,96	100.000,00

Anexo V – Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo – 1995 a 2016 (Cont.)

Ano	Título	Público	Valor Total Aprovado(R\$)	Valor Total Captado (R\$)
2014	Futebol de várzea	52	230.400,00	100.000,00
2010	Acácio	431	188.740,51	100.000,00
2006	Dia de Festa	1.620	111.899,44	100.000,00
2008	Castelar e Nelson Dantas no País dos Gerais	450	100.000,00	100.000,00
2006	Do Luto à Luta	3.107	100.000,00	100.000,00
2010	Terra Deu, Terra Come	1.897	157.866,89	95.000,00
2007	Caparaó	3.508	588.706,00	90.000,00
2007	Jogo de Cena	44.538	140.948,50	90.000,00
2010	Terras	875	394.794,43	84.999,99
2010	Programa Casé – o que a Gente Não Inventa, Não Existe	2.346	495.510,00	80.000,00
2011	Leite e Ferro	364	233.000,00	75.000,00
2012	São Paulo Companhia de Dança	39	171.223,20	75.000,00
2007	Aboio	857	60.000,00	60.000,00
2009	Velhas Guardas	54	143.646,00	50.000,00
2015	Hysteria	675	50.000,00	50.000,00
2015	Pauê – O Passo de um Vencedor	338	50.000,00	50.000,00
2016	Quanto Tempo o Tempo Tem	5.955	43.625,60	43.625,59
2007	O Engenho de Zé Lins	7.334	185.479,91	40.000,00
2010	Pachamama	4.257	94.070,75	39.000,00
2009	O Diário de Sintra	1.066	39.000,00	39.000,00
2016	O Gigantesco Imã	390	239.380,20	31.000,00
2009	Anabazys	842	30.000,00	30.000,00
2013	Fla x Flu - 40 Minutos antes do Nada	2.591	708.191,00	23.315,00
2012	Testemunha 4	162	117.800,00	15.000,00
2008	As Filhas de Chiquita	270	14.118,08	14.118,08
1998	Bahia de Todos os Sambas	1.037	1.530.852,60	8.000,00
2013	O dia que durou 21 anos	25.085	2.000.000,00	0,00
2013	São Silvestre	1.622	1.622.691,48	0,00
2013	Tokiori - Dobras do Tempo	540	1.614.000,24	0,00
2009	Fiel - o Filme	53.929	1.486.307,24	0,00
2012	Sagrado Segredo	499	1.312.843,54	0,00
2012	Soberano 2 – A heróica conquista do mundial de 2005	13.609	1.203.249,17	0,00
2015	Campo de Jogo	2.279	1.196.410,56	0,00
2007	Gigante – Como o Inter Conquistou o Mundo	23.515	949.984,04	0,00
2015	Los Hermanos: Esse é só o Começo do Fim da Nossa História	10.332	774.000,00	0,00

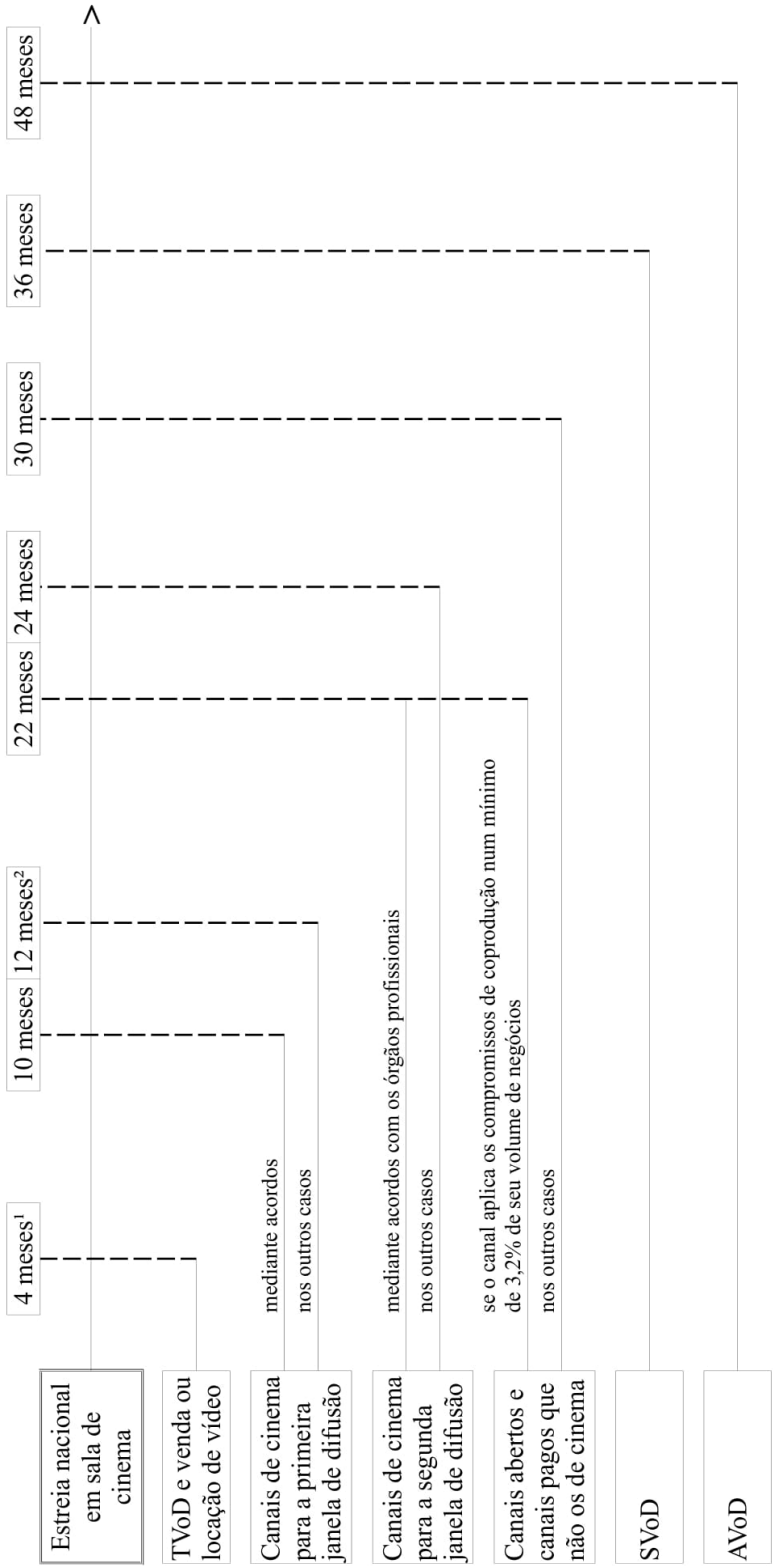
Anexo V – Listagem dos Filmes Lançados em Salas de Exibição com Valores Captados através de Mecanismos de Incentivo – 1995 a 2016 (Cont.)

Ano	Título	Público	Valor Total Aprovado(R\$)	Valor Total Captado (R\$)
2011	Mamonas para Sempre	20.344	684.199,41	0,00
2013	Satyrianas, 78horas em 78 min	87	681.301,15	0,00
2015	Circo Voador - A Nave	948	677.102,14	0,00
2016	Do Pó da Terra	1.357	659.232,50	0,00
2015	Surfar é Coisa de Rico	102	529.617,87	0,00
2014	Uma Passagem para Mário	2.462	513.978,00	0,00
2001	O Chamado de Deus	4.535	502.141,62	0,00
2008	Brigada Pára-Quedista	162	491.302,38	0,00
2006	Brilhante	1.581	403.121,85	0,00
2007	Santiago	55.686	394.926,38	0,00
2013	Pulmão da Arquibancada, a Raça Rubro-Negra	150	353.606,78	0,00
2012	Argus Montenegro e a Instabilidade do Tempo Forte	447	323.500,00	0,00
2012	Coração do samba	291	198.237,87	0,00
2015	Hermógenes, Professor e Poeta do Yoga	7.680	130.503,00	0,00
2013	Por que você partiu?	2.887	76.935,00	0,00

Fonte: SALIC ANCINE, SAD - Sistema Ancine Digital, SADIS - Sistema de Acompanhamento de Distribuição (ANCINE), Filme B, Sedcmrj e Empresas Distribuidoras.

Anexo VI – Cronologia das mídias

A cronologia das mídias na França
(com base no acordo de 6 de julho de 2009)



1. Possibilidade de redução para mínimo de 4 semanas.
2. Possibilidade de redução para 6 meses.